

PENELITIAN DOSEN PEMULA

**DESAIN INTERIOR PASAR GEDHE HARDJONAGORO:
SEBAGAI DESTINASI PARIWISATA YANG MEREPRESENTASIKAN
RUMAH BUDAYA DIKOTA SOLO**

Oleh:
KETUA PENELITIAN:
AHMAD FAJAR ARIYANTO, S.Sn., M.Sn.
NIDN: 0020097207
ANGGOTA PENELITIAN:
AMIR GOZALI, M.Sn
NIDN: 0021067404

Dibiayai oleh:
Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat
Direktorat Jenderal Penguatan Riset dan Pengembangan
Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi
Sesuai dengan Kontrak Penelitian
Nomor: 015/SP2H/LT/DRPM/IV/2017

INSTITUT SENI INDONESIA SURAKARTA
OKTOBER 2017

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Desain Interior Pasar Gedhe Hardjonagoro:Sebagai
Destinasi Pariwisata yang Merepresentasikan Rumah
Budaya di Kota Solo

Peneliti/Pelaksana
Nama Lengkap : AHMAD FAJAR ARIYANTO, S.Sn, M.Sn
Perguruan Tinggi : Institut Seni Indonesia Surakarta
NIDN : 0020097207
Jabatan Fungsional : Asisten Ahli
Program Studi : Desain Interior
Nomor HP : 0895603158853
Alamat surel (e-mail) : fajar@isi-ska.ac.id

Anggota (1)
Nama Lengkap : AMIR GOZALI M.Sn.
NIDN : 0021067404
Perguruan Tinggi : Institut Seni Indonesia Surakarta

Institusi Mitra (jika ada)
Nama Institusi Mitra : -
Alamat : -
Penanggung Jawab : -
Tahun Pelaksanaan : Tahun ke 1 dari rencana 1 tahun
Biaya Tahun Berjalan : Rp 0
Biaya Keseluruhan : Rp 20,000,000



Mengetahui,
Kepala LPPMPP ISI Surakarta

(Dr. RM. Pramutomo, M.Hum)
NIP/NIK 196810121995021001

Kota Surakarta, 27 - 10 - 2017
Ketua,

(AHMAD FAJAR ARIYANTO, S.Sn, M.Sn)
NIP/NIK 197209202005011001



Menyetujui,
Dekan ISI Surakarta
(Dr. Drs Guntur, M.Hum)
NIP/NIK 196407161991031003

DAFTAR ISI

1. Halaman Depan	1
2. Halaman Pengesahan	2
3. Daftar Isi	3
4. ABSTRAK	4
5. BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	5
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan dan Manfaat	9
D. Target/Inovasi	11
6. BAB II KERANGKA TEORI	12
7. BAB III METODE PENELITIAN	
A. Tempat dan Waktu Penelitian	32
B. Pendekatan dan Strategi Penelitian	32
C. Teknik Pengambilan Sampel	33
D. Sumber Data dan Teknik Pengambilan Data	33
E. Validitas Data	34
F. Teknik Analisis	34
8. BAB IV PEMBAHASAN	36
9. BAB V KESIMPULAN	89
DAFTAR PUSTAKA	90
10. Lampiran 1	
11. Lampiran 2	
12. Lampiran 3	
13. Lampiran 4	

ABSTRAK

Misi perancangan pasar tradisional secara umum adalah menyediakan ruang-ruang yang nyaman, aksesibel, dan mewadahi interaksi sosial untuk aktivitas ekonomi dan sosial. Pasar menjadi tempat komunitas (pedagang) dalam mengembangkan diri. Keberhasilan perancangan pasar tradisional juga bisa berkontribusi bagi penguatan karakter lokal dari komunitas tersebut dan menjadi identitas kota. Laporan ini hasil dari penelitian Desain Interior Pasar Gedhe Hardjonagoro: Sebagai Destinasi Pariwisata yang Merepresentasikan Rumah Budaya di Kota Solo. Penelitian ini merupakan penelitian tentang program rehabilitasi sebagai upaya mempertahankan bangunan cagar budaya yang berfungsi sebagai Pasar Tradisional dengan produk unggulan terbaik. Metode penelitian menggunakan metode analitik deskriptif dan pendekatan Desain sebagai solusi desain. Hasil yang dicapai yaitu: zoning grouping tidak direncanakan dengan baik sehingga menimbulkan permasalahan terhadap hierarki ruang, sirkulasi kurang memberikan aksesibilitas bagi pengunjung, pedagang, distribusi barang, dan sampah.

Konsep revitalisasi desain interior Pasar Gede Hardjonagoro bertujuan untuk memetakan kembali kebutuhan pola desain interior bagi pedagang maupun pengunjung dan memberikan tawaran alternatif desain yang fungsional, menarik sehingga berdampak pada peningkatan *ratio* penjualan. Untuk mencapai tujuan tersebut maka ide perancangan mengacu pada aspek fungsional, efektif dan efisien yang secara estetis mengadopsi beberapa elemen arsitektural Pasar Gede Hardjonagoro sebagai pendekatan tematiknya

Kata Kunci: Revitalisasi Pasar Gedhe Hardjonagoro, Destinasi Pariwisata, desain fungsional, Rumah Budaya.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan perekonomian global mendesak pasar tradisional atau pasar rakyat untuk mampu bertahan di tengah persaingan tidak sehat dengan hadirnya sektor ritel modern seperti *supermarket*, *minimarket*, dan *hypermarket*. Persoalan perdagangan di era globalisasi harus dipahami sebagai persoalan global bukan hanya persoalan lokal.

Persoalan pasar tradisional atau pasar rakyat tidak hanya tentang ekonomi dan perdagangan, namun juga tentang pertimbangan non ekonomis, karena perdagangan harus ditempatkan dalam kerangka budaya atau “Rumah Budaya” Pertimbangan non ekonomis di antaranya perlindungan produk dalam negeri, kehidupan para petani dan keluarganya, para pelaku perdagangan dalam negeri, dan gaya kehidupan keseharian agar tetap terjaga¹.

Pasar tradisional dalam kerangka budaya, keberadaannya harus tetap dirawat karena masih menjadi pusat kehidupan di daerah sampai sekarang. Keberadaannya merupakan narasi kehidupan yang menceritakan budaya lokal di mana pasar tersebut terletak dan berpotensi sebagai destinasi pariwisata.

Kota Solo memiliki keluasan wilayah kurang lebih 44,04 km² memiliki 43 pasar tradisional. Jadi hampir setiap jarak satu kilometer terdapat pasar tradisional. Karakteristik produk di setiap pasar masing-masing memiliki kekhasan. Keberagaman pasar tradisional di Kota Solo mempunyai nilai tambah dalam upaya menarik para wisatawan untuk datang ke Kota Surakarta (Solo) dan mengunjungi pasar tradisional². Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Solo didominasi dari pasar-pasar tradisional, seperti yang dijelaskan Kepala Dinas Pengelola Pasar (DPP) Subagiyo, retribusi pasar yang berhasil dihimpun PAD Solo tahun 2013 mencapai Rp 14 miliar. Pendapatan pasar yang dapat disumbangkan bagi PAD Kota mayoritas berasal dari penghasilan tarikan jasa perparkiran, retribusi pasar dan pemasangan iklan, yakni

¹ M. Chatib Basri, dkk. *Rumah Ekonomi Rumah Budaya: Membaca Kebijakan Perdagangan Indonesia*, (Jakarta: PT. Pustaka Utama Gramedia, 2012), hlm. xi.

² Lv. Ratna Devi, *Model Pelayanan Prima (Strategi Ketahanan Pasar Tradisional)*, Seminar Perencanaan Pasar Tradisional Menghadapi Tekanan Hypermarket di Perkotaan, Fakultas Teknik UNS, 2006.

mencapai Rp 500 juta setahun³. Penjelasan Subagiyo tersebut merupakan potensi besar dimiliki pasar tradisional untuk tetap hidup dan menghidupi Kota Solo.

Potensi besar yang dimiliki pasar tradisional yang tetap hidup merupakan hasil kerja Pemerintah Kota Surakarta di era pemerintahan Walikota Jokowi, karena pasar tradisional dikembangkan melalui program rehabilitasi dan revitalisasi. Hal tersebut termuat dalam *City Vision Profile* yang dibuat oleh UN Habitat bekerjasama dengan *City Alliance: City Without Slums*, Pemerintah Kota Surakarta, dan Kementerian Pekerjaan Umum RI. *City Vision Profile* merupakan ringkasan komprehensif visi kota dan merupakan alat advokasi dalam membantu kota mempromosikan prioritas investasi Kota Solo. Kota Solo sampai sekarang sedang melaksanakan visi pembangunan *Solo Eco Cultural City*. Strategi pembangunan kota Solo berfokus pada empat komponen yaitu ekologi perkotaan, penjagaan warisan budaya, pengembangan ekonomi lokal, dan pembangunan infrastruktur⁴. Pasar tradisional menjadi bagian dari empat komponen tersebut, utamanya pada penjagaan warisan budaya dan pengembangan ekonomi lokal. Pendekatan *incremental* dalam membangun pasar tradisional telah memberi perbaikan kualitas hidup bagi pedagang⁵.

Salah satu dari program rehabilitasi, revitalisasi, dan pembangunan pasar tradisional adalah renovasi Pasar Gedhe Hardjonagoro. Revitalisasi Kawasan Pasar Gedhe diharapkan mampu mendorong perbaikan pusat perdagangan sekaligus ikon kota jantung Kota Solo. Sebagai pusat distribusi, revitalisasi Pasar Gedhe Hardjonagoro akan memperbaiki sistem pasar secara menyeluruh di Kota Solo⁶. Pasar Gedhe merupakan pasar tertua yang mempunyai peran penting proses distribusike pasar-pasar di Kota Solo.

Pasar Gedhe Hardjonagoro merupakan bangunan cagar budaya yang ditetapkan dengan Surat Keputusan (SK) Wali Kota Nomor 646/101-F/I/2012. Pemerintah Kota Surakarta telah merevitalisasi Pasar Gedhe sisi barat tahun 2015, setelah pada tahun 2013 gagal pelaksanaannya karena tidak ada pemenang lelang. Revitalisasi Pasar Gedhe Hardjonagoro sisi barat menjadi bagian dari proyek revitalisasi kawasan Pasar Gedhe. Jika dilihat kondisi yang ada, Pasar Gedhe Hardjonagoro sisi barat tidak lepas dari keberadaan Pasar Gedhe Hardjonagoro sisi timur, yang sering menjadi *venue*

³ Tribun News, 39 PAsar Tradisional di Solo Overload, 17 Februari 2014, diakses 29 Maret 2016 Pukul 03.55 WIB.

⁴ United Nations Human Settlements Programme (UN Habitat), *City Vision Profile: Solo, Jawa Tengah* (Jakarta: UN Habitat, 2011)

⁵ UN Habitat, 2011, hlm. 17.

⁶ UN Habitat, 2011, hlm. 17.

diselenggarakan acara seni dan budaya. Di antara acara seni budaya tersebut adalah Solo City Jazz pada tahun 2011, Garebeg Sudiro dan rangkaian perayaan tahun baru Cina, acara Jagongan Pasar Gedhe setiap Jumat malam oleh televisi lokal TA TV, dan lain-lain. Pada jam-jam tertentu di pagi hari, kurang lebih jam 08.00-11.00 WIB rombongan wisatawan mancanegara berkunjung ke pasar ini, tidak hanya sekedar untuk mengabadikan suasana pasar namun juga berbelanja buah-buahan lokal.

Dalam konteks pembangunan Kota Surakarta, pariwisata diharapkan mampu menjadi generator untuk mengembangkan perekonomian daerah, merevitalisasi budaya lokal, dan melestarikan pasar tradisional. Harapannya langkah tersebut berpeluang untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Kenyataannya peluang dan potensi keanekaragaman pasar tradisional tersebut belum menjadi perhatian khusus dan dimanfaatkan secara optimal sebagai dasar pengembangan pariwisata dan daya saing daerah Kota Solo. Pemanfaatan secara optimal tersebut juga belum dilakukan untuk Pasar Gedhe Hardjonagoro, yang disebut sebagai ikon jantung kota pada *City Vision Profile*.

Di samping potensi pasar tradisional sebagai representasi rumah budaya dan destinasi pariwisata, pasar tradisional tidak dipungkiri jika identik dengan ketidakteraturan, kumuh, sumber kemacetan, menyebarkan bau tidak sedap, becek, padat, penataan produk yang melanggar batas area, dan lain-lain. Meskipun sebenarnya esensi berbelanja di pasar tradisional dapat menjadi daya tarik wisata, yaitu: interaksi sosial atau bersosialisasi sekaligus berekreasi. Dua hal yang bertolak belakang tersebut juga terjadi di Pasar Gedhe Hardjonagoro, maka sudah selayaknya jika pemerintah kota melakukan revitalisasi tidak hanya pada kawasan, namun juga pada fasilitas berdagang dengan perspektif desain interior dan disertai program pelatihan serta pendampingan bagi para pedagang. Namun dalam program revitalisasi belum menyentuh perspektif desain interior. Padahal fasilitas area berdagang merupakan jantung transaksi ekonomi, interaksi sosial, dan representasi budaya masyarakat Solo. Sebagaimana diketahui Pasar Gedhe Hardjonagoro sebagai simbol alkturasi budaya Cina, Jawa, dan Eropa sejak proses pertama pasar ini lahir pada masa Pakubuwana X. Berdasarkan hal tersebut maka narasi sosial budaya yang terjadi setiap hari di pasar ini harus didukung oleh pembagian area berdagang atau *zoning* dan *grouping* sesuai produk komoditi, sirkulasi, dan lain-lain, baik di Pasar Gedhe Hardjonagoro sisi timur maupun sisi barat.

Beberapa hasil dari penelitian para akademisi, Munirwanto⁷ Pasar Gedhe termasuk salah satu dari 5 pasar yang dapat menjadi alternatif destinasi pariwisata. Penelitian tersebut merekomendasikan aspek sejarah dan arsitektur serta kuliner dari Pasar Gedhe Harjonagoro berpotensi untuk dikembangkan untuk aktifitas wisata. Namun dari hasil penelitian tersebut, belum ada yang membawa pasar dalam kerangka budaya dengan perpektif desain interior. Situasi dan kondisi interior dan para pedagang yang seperti apa yang mampu mendukung Pasar Gedhe Hardjonagoro sebagai destinasi pariwisata belum menjadi fokus kelima penelitian tersebut.

Berdasarkan kebutuhan tersebut maka penelitian desain interior Pasar Gedhe Hardjonagoro baik sisi barat maupun sisi timur sangat penting untuk dilakukan, karena hasilnya dapat memberikan kontribusi nyata bagi kota. Penelitian ini sebagai bentuk keikutsertaan akademisi dalam mendukung program pembangunan kota Solo yang bervisi *Solo Eco Cultural City*, sehingga Pasar Gedhe Hardjonagoro sebagai ikon jantung kota layak disebut sebagai destinasi pariwisata Kota Solo yang merepresentasikan rumah budaya.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut maka rumusan masalah dalam Penelitian Dosen Pemula (PDP) ini dapat dirumuskan sebagai berikut.

1. Bagaimana pola desain interior (zonasi, *grouping*, sirkulasi, dan lain-lain) Pasar Gedhe Hardjonagoro baik di sisi barat maupun sisi timur?
2. Bagaimana konsep desain interior (zonasi, *grouping*, sirkulasi, dan lain-lain) yang direkomendasikan untuk Pasar Gedhe Hardjonagoro sebagai destinasi pariwisata yang merepresentasikan rumah budaya Kota Solo?

C. Batasan Penelitian

Penelitian ini dibatasi pada kebutuhan konsep desain interior Pasar Gedhe Hardjonagoro sisi Barat dan sisi Timur terkait dengan pola zonasi, *grouping*, sirkulasi, bentuk display, dan *sign system* sebagai konsep *programming* pasar tradisional sebagai destinasi pariwisata yang merepresentasikan rumah budaya.

D. Tujuan

⁷Munirwanto, Surakarta tahun 2009. Perancangan arsitektur tersebut berjudul Konservasi Kawasan Segitiga “Stasiun-Benteng-Gede (SBG)” Kota Solo, Teknik Arsitektur Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah

Berdasarkan pada rumusan masalah tersebut, maka tujuan khusus penelitian terapan sebagai berikut.

1. Mengidentifikasi dan memahami pola desain interior (zonasi, *grouping*, sirkulasi, dan lain-lain) Pasar Gedhe Hardjonagoro baik di sisi barat (pasar buah) maupun sisi timur.
2. Membuat konsep revitalisasi desain interior (zonasi, *grouping*, sirkulasi, dan lain-lain) yang direkomendasikan untuk Pasar Gedhe Hardjonagoro sebagai representasi rumah budaya dan destinasi pariwisata Kota Solo.

E. Manfaat

Pemilihan topik Desain Interior Pasar Gedhe Hardjonagoro: Sebagai Destinasi Pariwisata yang Merepresentasikan Rumah Budaya di Kota Solo, diharapkan memberikan manfaat yang berarti bagi:

1. Peneliti, diharapkan dapat memberikan manfaat dalam pengembangan keilmuan secara mendalam tentang interior ruang publik (pasar tradisional) sebagai bangunan cagar budaya dan fungsi utamanya sebagai pasar yang mampu merepresentasikan rumah budaya sehingga menjadi daya tarik pariwisata. Pemilihan bidang pariwisata sebagai sektor pengembangan wilayah bagi Kota Surakarta dinilai sangat strategis, karena kondisi dan karakteristik wilayah Kota Surakarta yang sarat dengan sumber daya lokal baik alam maupun budaya. Dalam konteks pembangunan Kota Surakarta, pariwisata diharapkan mampu menjadi generator untuk mengembangkan perekonomian daerah, merevitalisasi budaya lokal, serta pelestarian pasar tradisional. Strategi konsep pemrograman kembali ruang interior pasar dengan mempertimbangkan pola aktifitas pelaku kegiatan, zonasi, sirkulasi, tata display dan *sign system* yang sarat nilai budaya lokal dan berpotensi sebagai destinasi pariwisata.
2. Keilmuan dan praktisi, secara teoritis penelitian ini bermanfaat bagi para ilmuwan desain interior dalam memahami konsep aktivitas pelaku pasar tradisional yang berfungsi menjadi ruang publik komersil yang bersifat terbuka bagi para wisatawan. Khusus bagi para praktisi desain interior, penelitian ini sebagai sumber referensi dalam rehabilitasi bangunan cagar budaya, pengembangan dan perbaikan ruang binaan pasar tradisional, interior publik yang sampai dengan saat ini masih sebatas sebagai tempat transaksi

produk/ jasa semata akan diposisikan sebagai destinasi wisata budaya yang akan menjadi daya tarik wisatawan domestik dan mancanegara

3. Masyarakat, penelitian ini diharapkan menjadi bagian dari upaya edukasi bagi masyarakat terhadap nilai kesejarahan Pasar Gedhe Hardjonagoro sebagai rumah budaya bagi kota Solo dan pasar domestik yang terus hidup dan menghidupi di tengah pasar global. Saat ini aktifitas berbelanja mengalami pergeseran fungsi, dahulu orang berbelanja hanya untuk mencari atau membeli barang kebutuhan hidup, sekarang belanja menjadi daya tarik sebagai aktifitas rekreasi (wisata belanja) dan mencari pengalaman emosi. Pergeseran fungsi inilah yang kemudian menuntut keberadaan pasar tradisional untuk dapat memenuhi tuntutan perkembangan kebutuhan masyarakat saat ini.

F. Penelitian Terdahulu tentang Pasar Gedhe Hardjonagoro

Beberapa penelitian yang mengambil obyek Pasar Gedhe Hardjonagoro di antaranya, Munirwanto, mahasiswa jurusan Teknik Arsitektur Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Surakarta untuk memenuhi Tugas Akhir sebagai syarat kelulusan sarjananya. Perancangan arsitektur tersebut berjudul Konservasi Kawasan Segitiga “Stasiun-Benteng-Gede (SBG)” Kota Solo. Penelitian Munirwanto bertujuan untuk menyusun konsep perencanaan dan perancangan kawasan segitiga SBG. Penelitian ini fokus pada perancangan kawasan bukan pada perspektif desain interior.

Penelitian kedua dilakukan oleh Agus S. Ekomadyo dengan artikel ilmiah yang berjudul Menelusuri Genius Loci Pasar Tradisional sebagai Ruang Sosial Urban di Nusantara, dengan obyek penelitian Pasar Legi Solo dan Pasar Balubur, Bandung.⁸ Penelitian dengan pendekatan fenomenologi ‘*space*’. Ekomadyo menarik kesimpulan dengan mengutip pendapat Norberg-Schultz bahwa ‘*place*’ memegang tiga kata kunci yaitu: makna, identitas, dan kesejarahan. Penelitian ini jadi sumber referensi bagi peneliti bagaimana makna, identitas, dan kesejarahan Pasar Gedhe dapat hadir dengan makna yang baru dengan tetap mempertahankan nilai kesejarahan dan mampu memberikan identitas baru bagi masyarakat urban sekarang. Pasar Gedhe mampu hadir sebagai pasar tradisional yang kekinian dan mampu menjawab tantangan serta persaingan pasar modern sebagai *hub* dan destinasi pariwisata.

⁸<http://www.ar.itb.ac.id/pa/wp-content/uploads/2007/11/201212geniuslocipasar.pdf>, diakses tanggal 20 Pebruari 2016, pukul 06.20 WIB.

G. Target Luaran Penelitian

Program penelitian ini merupakan bentuk upaya identifikasi Kebutuhan konsep desain interior terkait dengan pola zonasi, grouping, sirkulasi, tata display, dan *sign system* sebagai konsep *programming* pasar tradisional sebagai destinasi pariwisata yang merepresentasikan rumah budaya. Target luaran dari penelitian ini adalah artikel ilmiah yang dipublikasikan di jurnal terakreditasi nasional.

H. Susunan Laporan Penelitian

Secara garis besar laporan penelitian ini terdiri atas tiga bab, yaitu pendahuluan, pembahasan, dan kesimpulan, yang dirinci dalam lima bab, yaitu:

I. Susunan Laporan Penelitian

Secara garis besar laporan penelitian ini terdiri atas tiga bab, yaitu pendahuluan, pembahasan, dan kesimpulan, yang dirinci dalam lima bab, yaitu:

1. Bab I Pendahuluan, memberikan gambaran latar belakang, rumusan masalah penelitian, batasan, tujuan, manfaat, penelitian terdahulu, target luaran penelitian, susunan laporan penelitian.
2. Bab II Kerangka Teori yaitu tentang landasan teori yang diangkat, di antaranya:
3. Bab III Metode Penelitian, menjelaskan tahapan dan metode yang digunakan dalam penelitian ini.
4. Bab IV Pembahasan,
5. Bab V Kesimpulan, yaitu menyimpulkan dari hasil penelitian dan menjawab rumusan masalah.

BAB II

KERANGKA TEORI

Kota Surakarta sebagai salah satu daerah tujuan wisata di Propinsi Jawa Tengah, memiliki Pasar Tradisional sebagai sosial budaya yang khas dan beragam yang berpotensi untuk dijadikan komoditas unggulan pariwisata dan menjadi penggerak perekonomian daerah. Pemilihan bidang pariwisata sebagai sektor pengembangan wilayah bagi Kota Surakarta dinilai sangat strategis, karena kondisi dan karakteristik wilayah Kota Surakarta yang sarat dengan sumber daya lokal baik alam maupun budaya tersebut. Potensi besar yang dimiliki pasar tradisional yang tetap hidup merupakan hasil kerja Pemerintah Kota Surakarta di era pemerintahan Walikota Jokowi, karena pasar tradisional dikembangkan melalui program rehabilitasi dan revitalisasi. Hal tersebut termuat dalam *City Vision Profile* yang dibuat oleh UN Habitat bekerjasama dengan *City Alliance: City Without Slums*, Pemerintah Kota Surakarta, dan Kementerian Pekerjaan Umum RI. *City Vision Profile* merupakan ringkasan komprehensif visi kota dan merupakan alat advokasi dalam membantu kota mempromosikan prioritas investasi Kota Solo. Kota Solo sampai sekarang sedang melaksanakan visi pembangunan *Solo Eco Cultural City*. Strategi pembangunan kota Solo berfokus pada empat komponen yaitu ekologi perkotaan, pen jagaan warisan budaya, pengembangan ekonomi lokal, dan pembangunan infrastruktur⁹. Pasar tradisional menjadi bagian dari empat komponen tersebut, utamanya pada pen jagaan warisan budaya dan pengembangan ekonomi lokal. Dalam konteks pembangunan Kota Surakarta, pariwisata diharapkan mampu menjadi generator untuk mengembangkan perekonomian daerah, merevitalisasi budaya lokal, dan melestarikan pasar tradisional. Harapannya langkah tersebut berpeluang untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Kenyataannya peluang dan potensi keanekaragaman pasar tradisional tersebut belum menjadi perhatian khusus dan dimanfaatkan secara optimal sebagai dasar pengembangan pariwisata dan daya saing daerah Kota Solo. Pemanfaatan secara optimal tersebut juga belum dilakukan untuk Pasar Gedhe Hardjonagoro, yang disebut sebagai ikon jantung kota pada *City Vision Profile*.

Program penelitian ini merupakan bentuk upaya identifikasi kebutuhan pola desain interior pada Pasar Gedhe Hardjonagoro bagi pedagang dan konsumen serta

⁹ United Nations Human Settlements Programme (UN Habitat), *City Vision Profile: Solo, Jawa Tengah* (Jakarta: UN Habitat, 2011)

wisatawan yang mengakomodir konsep destinasi pariwisata yang merepresentasikan rumah budaya. Pasar Gedhe sebagai bangunan cagar budaya yang berfungsi sebagai pasar tradisional, maka *treatment* untuk desain interiornya memiliki tantangan yang berbeda dan menarik untuk diteliti. Pola sinergisitas antara *stakeholders quadro helix* (akademisi, pengusaha/profesional, pemerintah, dan komunitas kota) menjadi konsep penting dalam pengelolaan kota Surakarta yang berperan menjadi penggerak kota dan kabupaten kreatif di Indonesia (Indonesia Creative Cities Network/ICCN). Pedagang dalam konsep *quadro helix* sebagai komunitas, yang berperan dalam menggerakkan ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal. Pasar Gedhe Hardjonagoro diharapkan dapat menjadi *hub* bagi keempat *stakeholders* kota. Pengembangan ekonomi kreatif dengan berbasis komunitas pada ruang publik pasar tradisional menjadi alternatif pengembangan konsep pariwisata kreatif bagi kota Solo.

A. Program Dinas Pengelola Pasar (DPP) Pemerintah Kota Surakarta

Pemerintah Kota Surakarta memberikan tanggung jawab pengelolaan pasar tradisional kepada Dinas Pengelola Pasar (DPP). DPP dalam menjalankan program kerjanya memiliki visi, yaitu: citra pasar bersih, tertib, aman dan nyaman. Misi yang dibawa, yaitu (1) Meningkatkan Kesempatan Bekerja dan Berusaha, (2) Meningkatkan Kebersihan, Ketertiban dan Keamanan Pasar, (3) Meningkatkan Pelayanan kepada Pedagang dan Pengunjung, (4) Meningkatkan Kualitas SDM Pengelola dan Pedagang¹⁰. Visi dan keempat misi tersebut menjadi pola kerja DPP. Dalam sambutannya yang dimuat dalam situs resmi DPP dijelaskan bahwa,

Revitalisasi dimaksudkan untuk mempertahankan roh pasar tradisional yang tidak hanya sekadar tempat aktivitas ekonomi tetapi juga tempat berinteraksi sosial dan budaya. Oleh karena itu, Dinas Pengelolaan Pasar juga memperhatikan segala sesuatu di luar hal yang bersifat fisik. Hal yang utama adalah kualitas sumber daya manusia (SDM), baik pegawai pengelola pasar maupun pedagang di pasar tradisional¹¹.

Pemerintah Kota Surakarta menetapkan peraturan pengelolaan dan perlindungan pasar tradisional melalui Peraturan Daerah Kota Surakarta No 1 tahun 2010 pada era kepemimpinan Joko Widodo. Peraturan ini menjadi bekal awal

¹⁰http://simpasarsurakarta.diginetmedia.co.id/v2/profil/visi_misi, diakses 15 Maret 2016 pukul 22.40 WIB

¹¹<http://simpasarsurakarta.diginetmedia.co.id/v2/sambutan/index>, diakses 15 Maret 2016 pukul 22.35 WIB.

informasi bagi peneliti bagaimana kebijakan pengelolaan dan perlindungan pasar tradisional diberlakukan.

B. Definisi Pasar Tradisional

Definisi pasar tradisional menurut Peraturan Menteri Perdagangan No. 53 Tahun 2008 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern pasal 1 ayat 2, bahwa pasar tradisional adalah pasar tradisional adalah pasar yang dikelola oleh pemerintah, pemerintah daerah, swasta, badan usaha milik negara, dan badan usaha milik daerah, termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los, dan tenda yang dimiliki atau dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar.

Pasar tradisional sebagai tempat bertemu antara penjual dan pembeli melakukan transaksi secara langsung dengan aktivitas tawar menawar harga. Pasar tradisional sering disebut pasar basah karena keadaannya yang cenderung tidak yaman, kotor, kumuh bahkan menjadi sumber kemacetan¹². Kondisi pasar tradisional yang disebut pasar basah tersebut, umum ditemui di Indonesia, namun dengan upaya penataan dan revitalisasi yang dilakukan Pemerintah Kota Surakarta pasar tradisional menjadi bagian dari norma internal atau *indigenous* dan tatanan sosial masyarakat. Sejarah perkembangan pasar tradisional, pada mulanya terjadi dari ruang terbuka dengan sebuah naungan pepohonan, tanpa ada batas fisik yang permanen. Kebutuhan adanya naungan yang lebih melahirkan fisik bangunan yang disebut dengan los. Pada perkembangan berikutnya komposisi los tidak hanya sekedar naungan tetapi juga mempertimbangkan sirkulasi udara dan alur pencahayaan alami. Pada dekade 1920-1935, di Jawa, sejumlah pasar didirikan oleh pemerintah kolonial. Ciri fisik ditandai oleh komposisi los besi yang membentuk alur barat timur sesuai dengan penyinaran matahari.

C. Sejarah dan Profil Pasar Gedhe Hardjonagoro

Pasar Gedhe merupakan artefak bangunan peninggalan Kerajaan Mataram, yang terletak di kampung Pecinan Kota Surakarta. Pada tahun 1927 Pasar Gedhe dibangun dengan dana 300 gulden menjadi pasar modern berlantai dua yang pertama di

¹²www.pu.go.id, diakses tanggal 17 Maret 2016 pukul 06.30 WIB.

Indonesia. Situs Pasar Gedhe telah menjadi telah memasuki tiga dimensi ruang dan waktu, yaitu masa kerajaan, post colonial, dan masa kemerdekaan untuk kepentingan structural fungsional pasar. Pasar Gedhe adalah area yang dimiliki penguasa komunitas Cina yang bernama Babah Mayor¹³.

Pasar Gedhe telah berperan sebagai artefak sosial, budaya, dan sejarah bagi masyarakat Surakarta atau Solo. Proses alkuturasi sebagai hasil interaksi budaya telah terbukti dan diabadikan oleh arsitek Herman Thomas Karsten dengan desain bangunannya. Pasar Gedhe sebagai peninggalan berhasil menapakkan jejak masa lampau pada tiga kategori fakta, yaitu artefak budaya, *sociofact* karena pasar sebagai tempat interaksi sosial (*gedhe kumandhange*), dan *mantifact* melambangkan sakral magis karena melahirkan konsep pasar candi¹⁴. Secara struktural bangunan Pasar Gedhe berada pada satu kesatuan ekologi kultural (situs sakral pasar candi) sebagai bagian dari bangunan *njobo keraton*, yaitu Pasar Gedhe, tugu Pamandengan ndalem, gapura Gladhag, gapura Pamurakan, alun-alun, masjid agung, pagelaran dan sitihinggil.

D. Definisi Pariwisata

Pariwisata adalah rangkaian kegiatan yang dilakukan oleh manusia baik secara perorangan maupun kelompok didalam wilayah negara sendiri maupun negara lain. Kegiatan tersebut dengan menggunakan kemudahan, jasa dan faktor penunjang lainnya yang diadakan oleh pemerintah dan atau swadaya agar dapat mewujudkan keinginan wisatawan¹⁵. Sedangkan menurut bentuk dan jenisnya, kategori pariwisata terdiri dari Pariwisata untuk menikmati perjalanan (*Leisure Tourism*), Pariwisata untuk bisnis (*Bussines Tourism*), Pariwisata untuk Kebudayaan (*Cultural Tourism*), Pariwisata untuk rekreasi (*Recreation Tourism*), Pariwisata untuk Olah Raga (*Sport Tourism*), dan Pariwisata untuk berkonvensi (*Convention Tourism*).

E. Definisi Desain Interior

Desain interior suatu fasilitas selalu terkait dengan *Visual Perception* dan *visual Impression*, sehingga keduanya membentuk karakter ruang. Jika desain Interior Oleh John F. Pile didefinisikan dengan,

Interior design is a complex subject involving many related considerations. These include building structure, functional planning, concern with spatial form three dimensions, the relationships of one space to another,

¹³Wawancara dengan Sudharmono SU, dalam acara Archipelago Trails, 20 Agustus 2007.

¹⁴Wawancara dengan Sudharmono SU, dalam acara Archipelago Trails, 20 Agustus 2007

¹⁵ Hari Karyono, *Kepariwisata* (Jakarta: Grasindo, 1997) hal. 9

*the placement of solid objects (furniture and accessories) within larger spaces, effects of color, pattern, texture, and light*¹⁶.

Kebutuhan pendekatan desain interior untuk penelitian pasar tidak sebatas definisi di atas karena konsep yang ditawarkan adalah pasar sebagai rumah budaya maka, bagaimana para pedagang dan pembeli yang ada di pasar juga sebagai bagian dari subyek penelitian yang harus diteliti. Bahkan komoditi atau produk yang dijual juga menjadi subyek terkait dengan kebutuhan tata *display*nya. Strategi tata display merupakan upaya produsen untuk mengelompokkan produk sesuai dengan jenisnya serta menyesuaikan harga dengan produknya. Strategi penataan display multak diperlukan agar konsumen memperoleh kesan bahwa barang yang tersedia selalu baru, baik dan menarik untuk dibeli oleh konsumen. Hal ini akan mempermudah proses selanjutnya bagi konsumen sebagai alat promosi dengan memberikan informasi pada orang-orang di sekitarnya.

Tata display produk bagi seorang desainer interior adalah cara menyampaikan stimulasi desain, filosofi produk dan kekuatannya, serta identitas dari ruang pajang produk tersebut. Menurut John F. Pile, *“a well designed showroom or display space may be as important to sales as the design of actual products offered for sale”*¹⁷. Kutipan tersebut dapat dijelaskan berikut ini, ruang pajang atau tampilan ruang yang dirancang dengan baik mungkin sama pentingnya untuk penjualan sebagai desain produk yang sebenarnya ditawarkan untuk dijual. Tahap akhir dari sebuah produk adalah ketika produk tersebut ditawarkan kepada konsumen, sehingga tata *display* sangat penting untuk proses penjualan. Kebutuhan ruang gerak pedagang dan pembeli, tata display menjadi satu kesatuan pendekatan dalam penelitian Desain Interior Pasar Gedhe Hardjonagoro, sehingga pasar tersebut sebagai representasi rumah budaya dan destinasi pariwisata dapat tercapai.

Tolok ukur perancangan desain interior adalah mewujudkan gubahan ruang untuk manusia. Untuk kepentingan tersebut dari sisi manusia sebagai pengguna desain, maka ada tiga unsur yang harus diperhatikan yaitu aktifitas, kapasitas dan anthropometri. Ruang merupakan sarana aktifitas manusia didalamnya, ada tiga unsur yang harus diperhatikan yaitu fungsi dan dimensi. Merujuk pada uraian tersebut maka interior sebagai sarana harus memenuhi prasyarat teknis, estetis dan norma desain. Desain yang baik harus memuat tiga prasyarat tersebut. Agar ketiga unsur tersebut

¹⁶John F. Pile, *Interior Design*, (New York: Precentice Hall, 1998), hal. 43.

¹⁷John F. Pile, *Interior Design*, (New York: Precentice Hall, 1998), hal. 346

dapat tercapai dibutuhkan beberapa pendekatan untuk pemecahan desain yang sesuai dengan permasalahan desain.

E. Pendekatan Pemecahan Desain

Misi perancangan pasar tradisional secara umum adalah menyediakan ruang-ruang yang nyaman, aksesibel, dan mewadahi interaksi sosial untuk aktivitas ekonomi dan sosial. Pasar menjadi tempat komunitas (pedagang) dalam mengembangkan diri. Keberhasilan perancangan pasar tradisional juga bisa berkontribusi bagi penguatan karakter lokal dari komunitas tersebut, untuk kemudian menjadi identitas kota. Kenyamanan ditandai dengan pasar yang terlihat bersih, tertata, lapang, tidak pengap dan sumpek, serta terang. Aksesibilitas ditandai dengan mudah dijangkaunya kios-kios oleh pengunjung. Ruang sosial terlihat dengan adanya ruang untuk berinteraksi sosial antara pengunjung, pedagang, dan pelaku lainnya. Berdasarkan analisa permasalahan desain, kondisi Pasar Gede Hardjonagoro pada sisi barat pasca rehabilitasi belum menunjukkan keberhasilan secara signifikan. Program rehabilitasi pasar tersebut digagas dengan maksud merespon permasalahan klasik dari kondisi pasar tradisional yang dicitrakan sebagai suatu tempat yang kumuh, kotor, becek, bau, tidak teratur dan memiliki tingkat kualitas ruang binaan yang rendah. Pembangunan area publik harus didasari pada pertimbangan secara menyeluruh, penyediaan sarana dan prasarana belum menjadi jaminan keberhasilan. Perencanaan desain yang matang khususnya pada substansi pemrograman desain yang meliputi faktor manusia (*human factor*), faktor fisik (*physical factor*) dan faktor lainnya¹⁸. Kebutuhan dan keinginan masyarakat terus mengalami perubahan searah dengan perkembangan lingkungan, tingkat pendapatan, referensi, dan gaya hidup masyarakatnya, hal tersebut menjadikan permasalahan semakin rumit dan beragam sehingga dalam sebuah perencanaan perlu menggunakan pendekatan pemecahan desain untuk menghasilkan keputusan desain yang baik.

Pendekatan pemecahan desain adalah seperangkat teori yang dirumuskan berdasarkan landasan teori dan kreativitas untuk memecahkan desain atau menemukan desain yang tepat¹⁹. Dalam pendekatan desain, seorang perancang sebelum memulai tugasnya harus mengesampingkan gambaran-gambaran yang sudah

¹⁸ Palmer, Mickey, *The Architect's Guide to Facility Programming* (New York: The American Institute of Architects Washington, D.C. and Architectural Records Book, 1981) hal 98-102

¹⁹ Sunarmi, Ahmad Fajar Ariyanto, *Buku Ajar Matakuliah Desain Interior Public* (Surakarta: UNS Press, 2012, Edisi 1) hal.55

ada, karena perancangan desain interior tidak hanya sekedar menyatukan susunan benda-benda yang sudah ada melainkan merupakan kreasi baru yang terpadu dengan fungsi, bentuk, dan elemen-elemen yang terikat didalamnya²⁰. Perancangan tata display rehabilitasi desain interior Pasar Gede Hardjonagoro di Surakarta akan menggunakan beberapa pendekatan desain yaitu pendekatan fungsi, pendekatan ergonomi dan pendekatan estetika.

1. Pendekatan Fungsi

Pendekatan fungsi untuk memecahkan permasalahan desain merupakan kewajiban yang tidak dapat ditawar, artinya pendekatan fungsi harus mendapatkan skala prioritas, agar hasil desain dapat bermanfaat bagi pengguna/manusia. Pendekatan fungsi dalam rangka memperoleh desain yang memberi kenyamanan, keamanan/keselamatan, dan kemudahan baik dalam pemakaian maupun dalam perawatan, muaranya pada efektifitas dan produktivitas.

Fungsi utama pasar tradisional adalah tempat bertemu antara penjualan pembeli melakukan transaksi secara langsung dengan aktivitas tawar menawar harga. Kondisi pasar tradisional yang disebut pasar basah tersebut, umum ditemui di Indonesia, namun dengan upaya penataan dan revitalisasi yang dilakukan Pemerintah Kota Surakarta, pasar tradisional menjadi bagian dari norma internal atau *indigenous* dan tatanan sosial masyarakat. Perkembangan perekonomian global mendesak pasar tradisional untuk mampu bertahan di tengah persaingan sektor ritel modern seperti *supermarket*, *minimarket*, dan *hypermarket*. Data menunjukkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Solo didominasi oleh pasar tradisional, PAD Solo tahun 2013 mencapai Rp 14 miliar, artinya fasilitas area berdagang merupakan jantung transaksi ekonomi, interaksi sosial, dan representasi budaya masyarakat Solo . Pengembangan ekonomi kreatif dengan berbasis komunitas pada ruang publik pasar tradisional menjadi alternatif pengembangan konsep pariwisata kreatif bagi kota Solo.

Pasar tradisional adalah fasilitas yang bersifat komersial yang menuntut sebuah perencanaan desain mampu memenuhi kebutuhan penggunaannya. Saat ini aktifitas berbelanja mengalami pergeseran fungsi,

²⁰ Pamudji Suptandar, *Interior Design I & II* (Jakarta: Fakultas Teknik Universitas Trisakti,1980) hal.7

dahulu orang berbelanja hanya untuk mencari atau membeli barang kebutuhan hidup, sekarang belanja menjadi daya tarik sebagai aktifitas rekreasi dan mencari pengalaman emosi. Pergeseran fungsi inilah yang kemudian menuntut keberadaan pasar tradisional untuk dapat memenuhi tuntutan perkembangan kebutuhan masyarakat saat ini. Berdasarkan hasil observasi lapangan, pendekatan fungsi pada penelitian ini diarahkan pada,

a. Memperbaiki Zoning Pasar

Tujuan perbaikan zoning pasar adalah untuk menata zona komoditas dan mengatur alur pengunjung guna meningkatkan aksesibilitas sehingga memberikan kemudahan bagi pengunjung untuk menemukan area berdasarkan produk komoditas. Kondisi zoning Pasar Gedhe sisi Barat saat ini belum secara jelas memisahkan antara zona penjualan, layanan, dan sirkulasi, sehingga terjadi hilangnya hierarki fungsi ruang dan ketidaknyamanan interaksi sosiokultural didalam pasar. Kriteria fungsional perbaikan zoning pasar adalah dengan memetakan kembali area publik, area sirkulasi dan area pelayanan (servis), area komoditas inti (yang paling dicari pengunjung) diletakkan ditempat paling sulit dijangkau dan berperan sebagai magnet yang menarik pengunjung untuk menghidupkan area komoditas lainnya. Area komoditas tertentu harus diberi penanda tertentu agar memudahkan dikenali pengunjung. Zoning dan alur sirkulasi dapat dirancang dengan mempertimbangkan pengalaman ruang dan suasana yang menarik bagi pengunjung.

b. Memperbaiki Aksesibilitas dan Sistem Sirkulasi

Ruang pasar memiliki aksesibilitas yang baik apabila semua fasilitas dapat secara mudah dijangkau oleh pengguna. Tujuan perbaikan aksesibilitas dalam perencanaan ini adalah untuk menjamin semua kios pasar dapat dijangkau oleh pengunjung dan memudahkan orientasi pengunjung didalam pasar sehingga perbaikan tersebut berdampak pada meningkatnya penjualan. Kriteria fungsional untuk memperbaiki tingkat aksesibilitas pada perencanaan ini adalah pintu masuk dan hierarki sirkulasi harus dirancang agar semua area pasar mudah dijangkau. Area komoditas inti ditempatkan pada area tertentu

agar dapat menarik pengunjung untuk menghidupkan zone komoditas lainnya. Kios-kios harus mendapatkan aksesibilitas visual yang memadai dari pengunjung.

Sistem sirkulasi berkait erat dengan tingkat aksesibilitas, jalur sirkulasi harus dirancang secara hierarkis, artinya secara jelas perencanaan sirkulasi dapat memisahkan jalur sirkulasi pengguna berdasarkan sifat dan jenis aktifitasnya. Jalur sirkulasi yang baik adalah jalur yang terbebas dari adanya sirkulasi silang (*cross circulation*). Sirkulasi dalam pasar terdiri atas sirkulasi manusia (pengunjung dan pedagang) dan sirkulasi barang (komoditi maupun sampah). Berdasarkan kondisi *existing* maka perlu perencanaan sirkulasi dengan menyediakan simpul-simpul sirkulasi pada jalur yang panjang. Jalur-jalur sirkulasi harus dirancang agar pengunjung bisa menikmati suasana pasar dan menciptakan tapak sirkulasi yang jelas. Tapak sirkulasi yang jelas akan mengoptimalkan proporsi luas ruang yang dapat dijual (*saleable area*). Kriteria fungsional dalam perbaikan sirkulasi dalam perencanaan ini adalah jalur sirkulasi dapat dioptimalkan dengan penerapan sistem *double loaded* (pelayanan dalam dua sisi), luas *saleable area* minimum 65% dari luas keseluruhan bangunan, Lebar jalur sirkulasi minimal bisa dilewati dua orang dan maksimal 30% dari jumlah lebar kios yang diapitnya.

Aksesibilitas dan sistem sirkulasi Pasar Gedhe Hardjonagoro pada sisi barat saat ini tidak memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi pengunjung untuk mengakses ruang-ruang kios terutama kios yang berada didalam. Aksesibilitas juga terkendala oleh dinding penyekat kios yang membatasi orientasi visual pengunjung. Kondisi seperti ini tidak hanya membingungkan pengunjung tapi juga merugikan pedagang, terutama yang kiosnya berada didalam karena sepi pembeli.

c. Perancangan Sistem Display

Sistem display adalah faktor penting dan memiliki pengaruh terhadap peningkatan ratio penjualan. Beberapa penelitian di Amerika pernah mempelajari pengaruh display/sistem pajangan pada penjualan bahwa 87% pengunjung yang berbelanja terpengaruh membeli karena adanya dorongan

spontan terhadap barang yang display secara menarik²¹. Tujuan perancangan sistem display adalah untuk menentukan desain display yang fungsional, efisien dan efektif sehingga mendukung terciptanya pengalaman ruang yang menarik bagi pengunjung pasar. Kriteria fungsional perancangan display adalah desain display secara fungsional dapat mendukung aktifitas perdagangan, mudah dalam perawatan, kuat, awet, aman dan bentuk display mencirikan lokalitas. Sistem display dirancang agar komoditi dapat menjadi atraksi visual yang menarik. Sistem display diarahkan pada rancangan dengan sisten terbuka sehingga menciptakan suasana interaksi sosiokultural bagi pelaku aktifitas didalamnya.

Sistem display terkait erat dengan sistem pelayanan dalam penjualan, karakteristik sistem pelayanan pada pasar tradisional adalah *self selection* atau pengunjung memilih sendiri barang yang akan dibeli dengan interaksi yang sangat dekat secara langsung dengan pedagang untuk tawar menawar. Kebutuhan ruang interaksi sosial seperti ini yang membedakan pasar tradisional dengan ruang pasar modern. Aktifitas memilih, menimbang berat, menanyakan harga, dan menawar harga adalah bentuk pelayanan secara personal yang memerlukan pendekatan desain display secara khusus. Sistem display pada Pasar Gede Hardjonagoro saat ini belum direncanakan secara khusus. Sebagian besar pedagang masih memanfaatkan bekas kemasan buah dari perusahaan penyalur buah. Selain secara visual kurang menarik, tidak efisien karena memakan banyak tempat, kondisi saat ini seperti mengembalikan masalah klasik pasar tradisional yang kumuh, tidak teratur, kotor dan melanggar batas wilayah area penjualan. Program rehabilitasi Pasar Gede Hardjonagoro yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Surakarta pada tahun 2014 seharusnya menyediakan ruang-ruang yang nyaman, aksesibel, dan mewadahi interaksi sosial untuk aktivitas ekonomi dan sosial. Maka dalam penelitian ini dipandang perlu perancangan sistem display sebagai solusi permasalahan diatas.

d. Perancangan *Layout*

²¹ Ahmad Natahamijaya, *Manajemen Penerangan Etalase dan Ruang Toko* (Bandung: Kamar Dagang dan Industri, 1975) hal.10

Layout dalam perencanaan interior berkaitan dengan jalur sirkulasi dan kenikmatan bagi pengunjung maupun individu yang berkepentingan dengan aktifitas didalamnya. Layout ruang maupun display sangat bergantung pada jenis produk, jasa yang dikelola dan bentuk pelayanannya. David Mund menjelaskan bahwa layout hendaknya disusun menurut sifat display atau cara memajangnya. Tentukan jika suatu rancangan terbuka diperlukan untuk memisahkan bagian-bagian pada display dan kelompok yang menarik atau komposisi-komposisi tersendiri, sedangkan dasar-dasar perancangan *layout* pada area penjualan adalah sebagai berikut,²²

1) *Maze* (Simpang Siur)

Pola rancangan ini dikembangkan untuk membuat pengunjung berkeliling area penjualan dahulu untuk menemukan barang yang diinginkan. Penentang bentuk ini menganggapnya membingungkan dan membuat pengunjung yang potensial enggan. Rancangan interior toko serba ada seringkali menerapkan konsep ini dalam mengatur tata letak nproduk dan hubungan antar departemen.

2) *Grid* (Baris dan Kolom)

Pola rancangan atas dasar manfaat untuk memastikan kemudahan aliran pembeli dalam area penjualan. Keunggulannya adalah memberikan rasio tertinggi penjualan per ruang yang tidak digunakan penjualan. Karena rancangan ini menekankan pada manfaat ruang, maka bentuk ini tidak akan terlalu berhasil untuk memaksimalkan daya tarik, tetapi memberikan kemudahan pengunjung untuk mendatangi semua bagian penjualan dan memungkinkan koordinasi antar departemen dengan jelas.

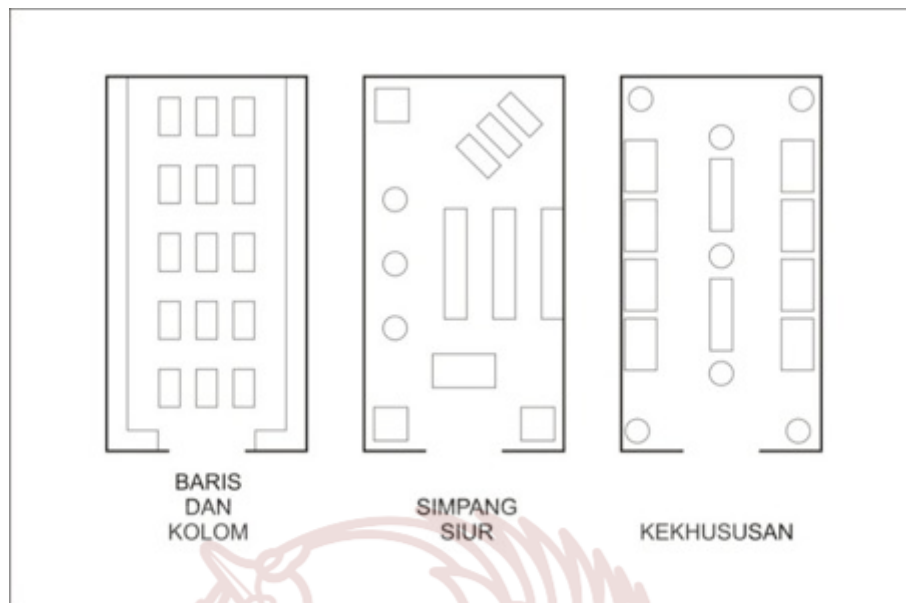
3) Bentuk Bebas

Bentuk ini memungkinkan fleksibilitas maksimum dalam tata letak area penjualan, dapat secara efektif menonjolkan barang dengan imbuhan harga tinggi, dan dapat memajang barang sedemikian rupa sehingga menampilkan kelebihanannya. Bentuk ini juga mempunyai beberapa kekurangan seperti yang ada pada bentuk maze karena mengurangi kemudahan melewati semua area penjualan.

4) *Specialty* (Kekhususan)

²² David Mund, *Shops: A Manual Planning and Design* (New York: F.W. Dogde Corporation,1981) hal. 186-187

Tata letak jenis ini adalah bentuk yang paling akrab, tetapi membutuhkan jumlah tenaga kerja terbanyak.



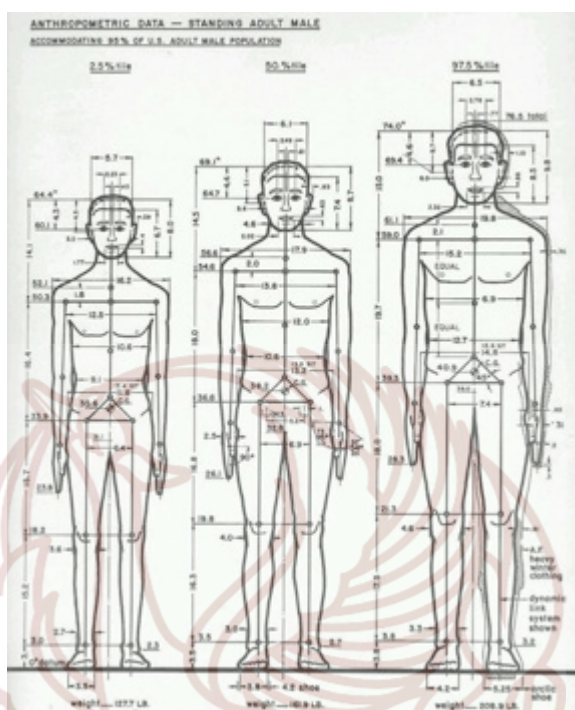
Gambar 1 . Bentuk Utama *Layout* Penjualan
(David Mund, 1981,hal.186-187)

2. Pendekatan Ergonomi

Ergonomi merupakan ilmu yang mempelajari tentang terapan yang berusaha untuk menyelaraskan pekerja dengan lingkungan kerjanya atau sebaliknya, dengan tercapainya produktifitas dan efisiensi yang setinggi-tingginya melalui pemanfaatan manusia secara optimal. Sedangkan sasaran ergonomis adalah tenaga kerja dapat mencapai prestasi kerja yang produktif tetapi dalam suasana yang aman dan nyaman. Pendekatan ergonomi pada Perancangan tata display rehabilitasi desain interior Pasar Gede Hardjonagoro di Surakarta mengacu pada matrik data Human Dimension and Interior Space oleh Julius Panero dan Martin Zelnik maupun Architect Data oleh Ernst Neufert.

Data matrik tersebut digunakan sebagai pendekatan penyediaan luasan gerak yang dibutuhkan dalam aktifitas manusia didalam ruang, penyediaan perabot sesuai dengan jangkauan standar manusia, orientasi visual, faktor-faktor yang menyangkut kenyamanan gerak aktifitas dalam berbagai kondisi. Ruang interior dirancang sebagai sarana manusia bergerak, beraktifitas dan beristirahat. Oleh karena itu antara bentuk dan dimensi ruang interior harus cocok dengan dimensi tubuh. Kecocokan ini dapat bersifat statis ketika kita duduk dikursi, bersandar pada partisi atau beristirahat disebuah ruang. Kecocokan dapat pula bersifat dinamis seperti ketika manusia

memasuki ruang utama sebuah bangunan, menaiki anak tangga atau melintasi kios-kios, dan *interroom* sebuah bangunan. Kecocokan dapat pula bersifat sosial apabila terjadi interaksi antara sesama pengguna bangunan, kebutuhan jarak sosial harus dapat dikendalikan agar tidak terjadi penumpukan matrik yang berakibat ketidaknyamanan dalam melakukan aktifitas.

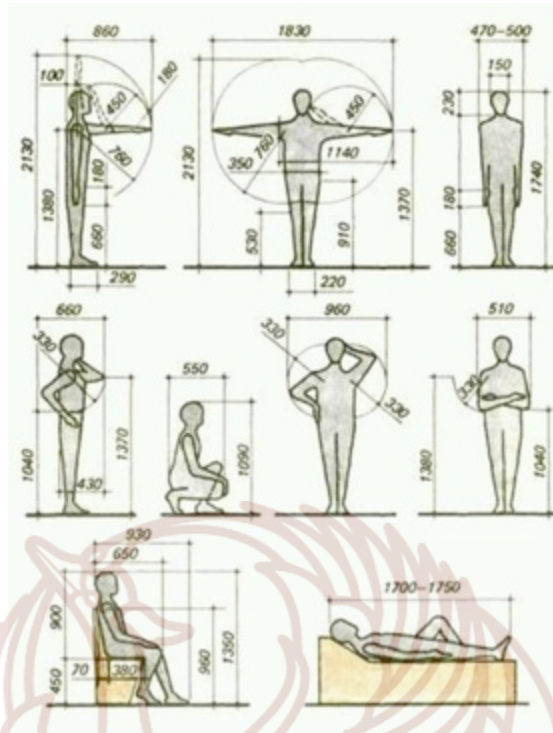


Gambar 2. Data Anthopometric yang menunjukkan dimensi tubuh manusia sebagai titik tolak penyediaan fasilitas

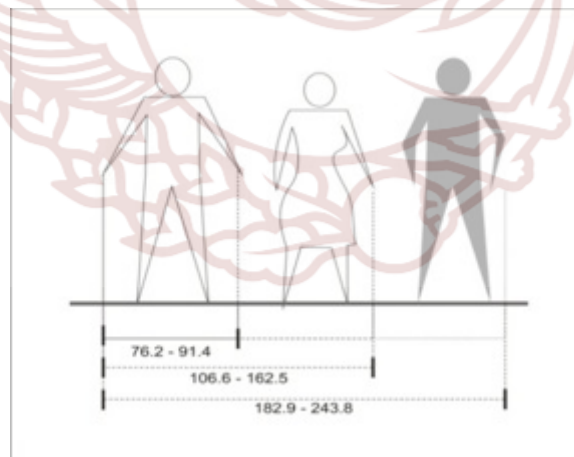
a. Pendekatan Ergonomi Area Sirkulasi

Area sirkulasi berkaitan erat dengan dimensi jarak sosial, selain dimensi yang bersifat fisik, area sirkulasi juga harus mempertimbangkan dimensi psikologis. Ruang juga dapat mempunyai karakteristik yang dapat dirasakan, didengar, dicium aromanya dan dirasakan temperaturnya. Luasan gerak manusia menjadi syarat penting dalam perencanaan fasilitas dalam interior. Dalam tahap grouping dan zoning area sirkulasi untuk pendistribusian barang dipisahkan dengan area sirkulasi calon pembeli, meskipun dalam kenyataannya sulit untuk dihidari namun perhatian penting terhadap jarak sirkulasi pendistribusian barang sudah direncanakan sejak awal. Pemisahan tersebut juga berdampak pada dimensi psikologis, bau menyengat dari sampah dihindarkan dari zona aktifitas utama, area distribusi barang dengan frekuensi

kegiatan yang tinggi sehingga mempengaruhi temperatur suhu ruang dipisahkan dengan zona aktifitas utama.



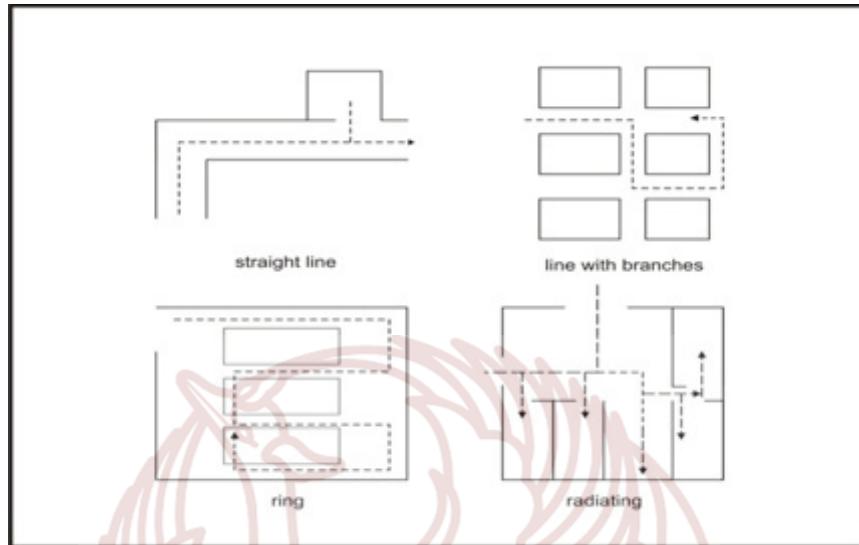
Gambar 3. Kebutuhan luasan gerak manusia dalam berbagai kemungkinan posisi aktifitas didalam interior



Gambar 4. Kebutuhan zona jarak sirkulasi dan jarak sosial pengguna fasilitas

Sirkulasi pada area penjualan menurut pendapat David Mund terdapat 3 (tiga) jenis sirkulasi yaitu sirkulasi untuk calon pembeli, pedagang, dan barang. Rute sirkulasi pada Pasar Gede Hardjonagoro secara logis diawali dari bukaan pintu dari arah timur, barat, utara dan selatan, jadi rute tersebut akan membentuk pola sirkulasi *line with branches* (pola garis bercabang). Meskipun

pola jenis ini terjadi secara alamiah yang dibentuk oleh kondisi struktur bangunan, pola jenis ini menguntungkan karena setiap kios mendapatkan kemungkinan ratio yang sama dalam penjualan. Jenis pola ini juga memperjelas *saleable area*. Berikut penjelasan beberapa jenis pola rute sirkulasi menurut John F Pile²³,



Gambar 5. Jenis Pola Sirkulasi

Daerah sirkulasi berkaitan erat dengan kebutuhan atau kelangsungan kegiatan, dengan demikian jarak sirkulasi terpendek akan memberikan gerak terhemat pada kegiatan manusia. Kriteria dalam menentukan sirkulasi antara lain, rute yang logis, dapat menunjukkan arah sendiri tanpa penunjuk arah, jarak sedekat-dekatnya dan terbebas dari hambatan persilangan. John F Pile menjelaskan bahwa terdapat beberapa alternatif pola rute sirkulasi yaitu,

1. Pola Garis Lurus (*straight line*), adalah pola sirkulasi dengan rute langsung dari akses point ke tujuan akhir sirkulasi (*one way route*)
2. Pola Garis Bercabang (*line with branches*) adalah sirkulasi langsung dengan memberikan akses pada alternatif cabang
3. Pola Radiasi (*radiating circulation*), sirkulasi alternatif dengan arah keluar dari pusat akses point
4. Pola Cincin (*ring circulation*) adalah sirkulasi melingkar ke ruang-ruang dan kembali ke titik awal.

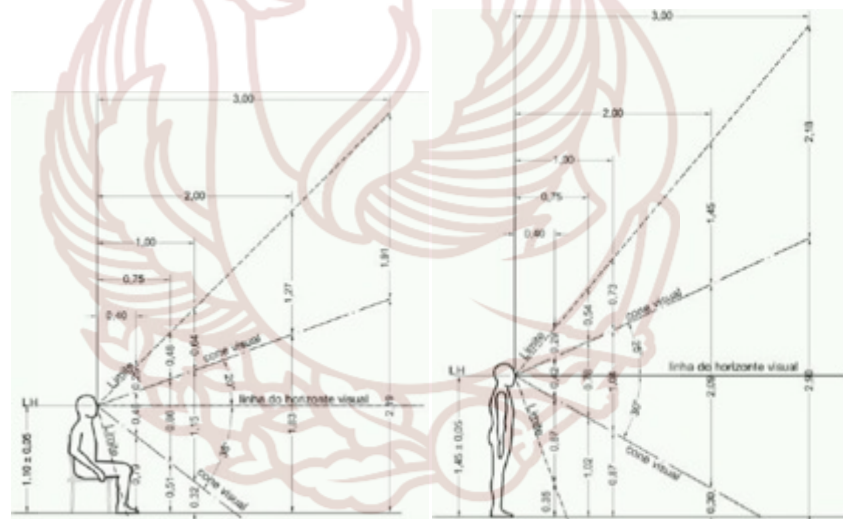
b. Pendekatan Ergonomi Tata Letak Display

²³ John F Pile, *Interior Design* (New York: Harry N .Abrams. Inc, 1995) hal.168

Sebelum menentukan perhitungan luasan matrik ergonomi pada ruang display, terlebih dahulu diperjelas sistem pelayanan pada area penjualan. David Mund menjelaskan bahwa jenis pelayanan pada area penjualan terdapat 3 (tiga) macam yaitu

1. Swalayan (*self service*)
2. Semi Swalayan atau memilih sendiri (*self selection*)
3. Dilayani Pedagang²⁴

Produk yang dijual pada Pasar Gede Hardjonagoro disisi Barat adalah buah-buahan segar, calon pembeli biasanya memilih sendiri buah yang akan dibeli, selanjutnya terdapat kemungkinan permintaan pelayanan yang lain misalnya wrapping atau pengepakan dalam bentuk parsel buah. Dalam interaksi antara pedagang dengan calon pembeli tersebut maka pertimbangan kebutuhan gerak aktifitas dapat dicermati pada gambar dibawah ini,



Gambar 6. Kebutuhan jarak pandang optimal terhadap produk pada display

Kebutuhan jarak pandang manusia (kerucut pandang manusia) menjadi pertimbangan utama dalam perencanaan tata letak display. Benda yang diluar jangkauan sudut pandang manusia tidak dapat terlihat dengan baik. Kebutuhan jarak pandang manusia juga terkait erat dengan sistem display yang akan digunakan, beberapa jenis sistem display pada area penjualan adalah sebagai berikut,

1) Sistem Tempel

²⁴ David Mund, *Shops: A Manual Planning and Design* (New York: F.W. Dogde Corporation, 1981) hal.69

Sistem ini merupakan penyajian dua dimensional, dengan cara menempelkan produk pada panil atau sejenisnya. Keuntungan dari sistem ini adalah efisiensi ruang tapi kurang menarik pesan promosinya karena produk terlihat datar.

2) Sistem Gantung

Sistem ini menggunakan alat bantu berupa penggantung (*hanger/hook*) untuk menampilkan produk, kekurangan sistem ini adalah kurang rapi dalam penataannya.

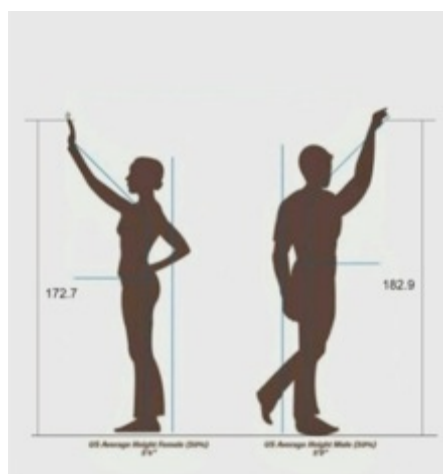
3) Sistem *Island Display*

Produk andalan sebagai point of interest sangat tepat ditempatkan pada sistem jenis ini, karena posisinya sentris dan pengunjung dapat melihat secara langsung. Penataan sistem ini dengan merencanakan beberapa island (*rute point*) yang strategis untuk menampilkan produk.

4) Sistem *Showcase*

Beberapa jenis sistem *showcase* adalah *Table Fixture* yaitu display yang memperhitungkan keamanan barang khususnya barang yang perlu temperature atau perlakuan khusus. *Case Fixture* adalah rak terbuka sebagai wadah produk dan dianjurkan pada sistem ini dapat dirangkai dalam beberapa komposisi tertentu sesuai dengan kebutuhan. *Box Fixture* adalah display terbuka dimana calon pembeli dapat mengamati dan memilih secara langsung produk yang akan dibeli.

Penerapan beberapa jenis display diatas juga harus disesuaikan dan memperhatikan dengan jangkauan gerak manusia secara vertikal,



Gambar 7. Kebutuhan jangkauan gerak vertikal manusia

Jangkauan gerak vertikal manusia terhadap manusia maksimal adalah 180²⁵ cm dan jarak kerucut pandang manusia dengan ketinggian berkisar antara 213 cm dari jarak terhadap objek sekurang-kurangnya 70.4 cm. Luasan gerak inilah yang menjadi dasar perencanaan tata display produk.

3. Pendekatan Tema dan Gaya

Dalam seni kadang terdapat istilah aliran atau gaya, corak atau langgam yang dapat disejajarkan dengan istilah dalam bahasa Inggris *style* yang artinya modus berekspresi dalam mengutarakan suatu bentuk atau berurusan dengan bentuk luar suatu karya seni. Sedangkan aliran atau paham adalah pandangan atau prinsip yang lebih dalam sifatnya. Aliran ataupun gaya timbul karena adanya suatu desakan kebutuhan. Pengertian gaya dalam desain interior terbatas pada pemberian bentuk atas objek tertentu yang sifatnya superficial, terbatas pada penampakan atau bentuk luar benda dengan tujuan membuat benda mempunyai daya tarik lebih besar. Gaya, lazimnya mempunyai anggapan awal tentang bagaimana sebaiknya sebuah benda, sementara itu seorang desainer membiarkan idenya dituntun oleh proses berpikir rasional dan intuitif dalam merancang sebuah benda²⁶. Meyer berpendapat bahwa gaya adalah salah satu cara pengungkapan yang dipakai dalam menggambarkan bentuk, sejarah telah mempengaruhi masa depan sehingga muncul gaya yang mengacu pada periode sejarah (*historical style*) tertentu tapi gaya juga dapat lahir dari ciri khusus atau teknik utama desainernya (*personal style*)²⁷.

Salah satu tujuan desain interior adalah memperkaya nilai estetika dan meningkatkan aspek psikologis dari ruang interior. Gaya menjadi media dalam mentransformasikan makna konseptual ke dalam gubahan unsur pembentuk ruang dan pelengkap ruang. Ching menyebut ada empat kriteria pokok yang harus diperhatikan dalam menyusun gaya dalam desain interior yaitu,

- a. Fungsi, gaya dalam desain harus mampu memenuhi fungsi yang diharapkan sehingga tujuan akhir desain tercapai. Friedman memperjelas bahwa kegiatan mendesain interior tidak sekedar membuat karya seni semata karena di dalam desain bukan sekedar indah, aneh dilihat, lain dari pada yang lain. Di dalam desain ada muatan manfaat dan aktivitas yang harus di akomodasi. Oleh karena itu desainer harus mengenal

²⁵ Julius Panero and Martin Zelnik, *Human Dimension and Interior System* (New York: Whitney Library of Design, 1980) hal. 203

²⁶ Widagdo, *Desain dan Kebudayaan* (Bandung: Penerbit ITB, 2005) hlm. 152

²⁷ Franz Sates Mayer, *Handbooks of Ornament* (New York: Prentice Hall New Jersey, 1998) hlm. 149

pengguna dengan baik, utamanya dari aspek psikologi dan perilakunya. Hal tersebut diperlukan untuk memperoleh alasan fungsional yang tepat pada setiap keputusan desain yang dirancang²⁸.

- b. Manfaat dan Pertimbangan Ekonomis, sebuah gaya dalam desain harus menunjukkan manfaat, jujur, dan ekonomis dalam pemilihan dan penggunaan materialnya.
- c. Bentuk, gaya dalam desain harus indah dipandang mata dan terasa nyaman bagi anggota tubuh kita yang lain.
- d. Citra dan Pesan, gaya dalam desain harus memproyeksikan suatu citra dan menawarkan keakraban yang membawa pesan kepada orang lain yang menggunakan dan mengalaminya.

Gaya atau tema interior dapat dihadirkan dengan mengolah unsur pembentuk ruang, tata letak ruang, pengisi ruang, unsur dekoratif dan lain-lain. Pendekatan tema atau gaya pada penelitian ini memanfaatkan filosofi bentuk arsitektural Pasar Gedhe Hardjonagoro sisi barat dan timur dalam gubahan interiornya. Tujuan pendekatan tema ini adalah untuk mendukung terciptanya pengalaman ruang yang menarik bagi pengunjung pasar sehingga mampu memproyeksikan citra budaya Surakarta. Tema Desain interior dirancang untuk memberikan *sense of place* pada pengunjung dengan mengadopsi elemen-elemen arsitektur yang khas Pasar Gede Hardjonagoro pada elemen pembentuk ruang. Dengan mempertimbangkan bahwa Pasar Gedhe merupakan artefak bangunan peninggalan Kerajaan Mataram, yang di bangun oleh arsitek Belanda, Hermann Thomas Karsten pada tahun 1927 dengan dana 300 gulden dan menjadi pasar modern berlantai dua yang pertama di Indonesia. Situs Pasar Gedhe telah menjadi telah memasuki tiga dimensi ruang dan waktu, yaitu masa kerajaan, post colonial, dan masa kemerdekaan untuk kepentingan struktural fungsional pasar. Pasar Gedhe sebagai peninggalan berhasil menapakkan jejak masa lampau pada tiga kategori fakta, yaitu artefak budaya, *sociofact* karena pasar sebagai tempat interaksi sosial (*gedhe kumandhange*), dan *mantifact* melambangkan sakral magis karena melahirkan konsep pasar candi.

Molting pot yang berisi akulturasi budaya dalam kurun waktu sejarah akan diartikulasikan kedalam bentuk elemen-elemen interior. Beberapa bentuk elemen

²⁸ Arnold Friedmann (1979) hlm.144

arsitektur Pasar Gede akan diaplikasikan kembali kedalam beberapa unsur pembentuk ruang. Tujuan pengadopsian beberapa elemen arsitektur tersebut adalah untuk memperkuat dialog antara luar dan dalam bangunan, memproyeksikan *sense of place* Pasar Gede dan citra budaya masyarakat Surakarta yang plural dan dinamis.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di Pasar Gedhe Hardjonagoro, jalan Urip Sumoharjo, kota Surakarta. Jangka waktu penelitian selama enam bulan, dalam tiga tahap, masing-masing tahap terdiri dari dua bulan. Tahap pertama pada bulan pertama sampai kedua adalah tahap observasi awal, dengan mempersiapkan perijinan, pengumpulan data tentang latar belakang desain revitalisasi Pasar Gedhe Hardjonagoro dan kebijakan dan kebijakan yang menyertainya. Tahap kedua, bulan ketiga sampai keempat, peneliti melakukan pengumpulan data tentang identifikasi kebutuhan pedagang buah di lantai dasar dan pedagang kuliner/oleh-oleh di lantai atas. Pengumpulan data dengan wawancara dari para regulator yaitu dengan Bappeda Bidang Ekonomi, Dinas Tata Ruang Kota, dan Dinas Pengelola Pasar Pemerintah Kota Surakarta. Bulan keempat melakukan analisis berikut menyusun membuat alternatif desain interior dan pendukungnya. Tahap ketiga, pada bulan kelima peneliti membuat rekomendasi yang akan diaplikasikan sebagai revitalisasi desain interior pasar. Pada bulan keenam peneliti menyusun laporan penelitian dan menyelesaikan artikel ilmiah hasil penelitian.

B. Pendekatan dan Strategi Penelitian

Fokus dari kegiatan ini adalah penelitian pasar tradisional sebagai pusat transaksi ekonomi yang menjadi ikon jantung kota Solo dengan konsep pasar sebagai representasi rumah budaya dan destinasi pariwisata. Berdasarkan hal tersebut maka kondisi dan kebutuhan para pedagang dan pembeli di Pasar Gedhe Hardjonagoro menjadi hal utama untuk diteliti. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif analitik dengan menggunakan pendekatan Desain. Melalui pendekatan Desain, diharapkan deskripsi atas fenomena yang tampak di lapangan dapat diinterpretasi untuk kebutuhan solusi desain. Berbagai fenomena di lapangan baik dari narasumber para regulator dan pelaku baik pedagang maupun pembeli menjadi bekal penting sebagai analisis dalam tiga tahapan, yaitu observasi dan eksplorasi.

Sasaran penelitian ini adalah manusia, yaitu komoditi atau produk, pedagang dan konsumen atau pembeli, zonasi dan *grouping* area berjualan para

pedagang, layout, serta dokumen kebijakan dan implementasi kebijakan revitalisasi terhadap konsep pola desain tata ruang Pasar Gedhe Hardjonagoro.

C. Penentuan Informan

Informan ditentukan dengan *purposive*, dengan cara informan yang dianggap mengerti dan memahami sejarah dan pengetahuan tentang budaya, desain interior, dan kebijakan serta dokumen DED revitalisasi kawasan Pasar Gedhe Hardjonagoro. Para informan tersebut adalah sejarawan, peneliti, arsitek, urban desainer desainer interior, dan budayawan yang memahami tentang kebutuhan pasar tradisional.

D. Sumber Data dan Teknik Pengambilan Data

Jenis data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah data kualitatif berupa kata-kata, ungkapan, yang diperoleh melalui wawancara dan observasi. Data primer yang bersumber dari informan pedagang Pasar Gedhe Hardjonagoro, kepala, dan staf DPP, DTRK, Diparsenibud, dan Bappeda Pemerintah Kota Surakarta. Data sekunder didapatkan sumber data tertulis dari dokumen-dokumen tertulis, berupa buku, surat kabar jurnal ilmiah, laporan penelitian, maupun internet sebagai referensi yang relevan.

Dalam penelitian kualitatif menjadikan manusia sebagai instrumen penelitian, termasuk peneliti. Sejauh mana peneliti siap untuk melakukan penelitian dengan melakukan teknik wawancara mendalam. Peneliti pada kasus penelitian ini menjadi instrumen utama dengan dukungan beberapa agenda pedoman wawancara dan catatan kecil observasi (*field notes*). Pedoman wawancara sebagai bekal awal dalam wawancara di lapangan yang dapat dikembangkan dan diperdalam dengan tujuan untuk *cross check*. Bantuan alat perekam suara untuk wawancara dan kamera sebagai pendukung pengumpulan data. *Leica disto* sebagai alat ukur untuk menggambar ulang denah, program ruang area pedagang dan pembeli serta kebutuhan data ruang gerak lebih akurat.

Observasi terhadap fungsi ruang dengan melihat aktifitas yang dilakukan para pedagang dalam *mendisplay* produk yang dijual serta pola aktivitasnya selama berinteraksi dengan konsumen maupun ketika jeda waktu berinteraksi dengan sesama pedagang dan karyawannya.

E. Validitas Data

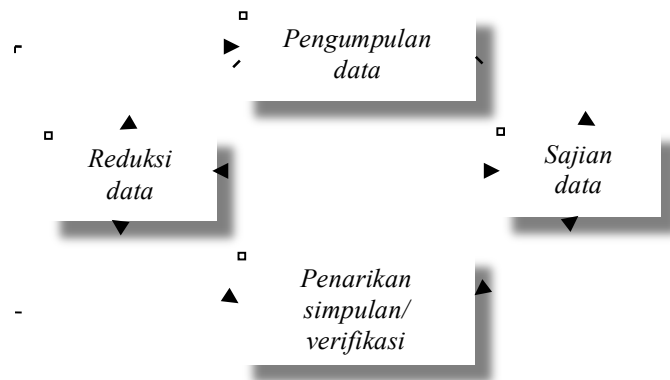
Dalam penelitian ini, validitas data disederhanakan dengan tahapan-tahapan sebagai berikut. Tahapan *pertama* mengidentifikasi data yang diperoleh dari lapangan, baik dengan cara wawancara, interview, observasi, maupun dokumentasi, yang bersumber dari buku, literatur, dan foto. Tahapan *kedua*, yakni mengklasifikasikan data yang masuk, kemudian disesuaikan dengan permasalahan dan tujuan penelitian. Tahapan *ketiga*, yakni melakukan interpretatif terhadap faktor yang mempengaruhi. Penelitian ini menggunakan pendekatan Desain sehingga diupayakan pula terjadi proses reduksi, intepretasi, dan analisis data mengikuti alur pendekatan tersebut.

F. Teknik Analisis

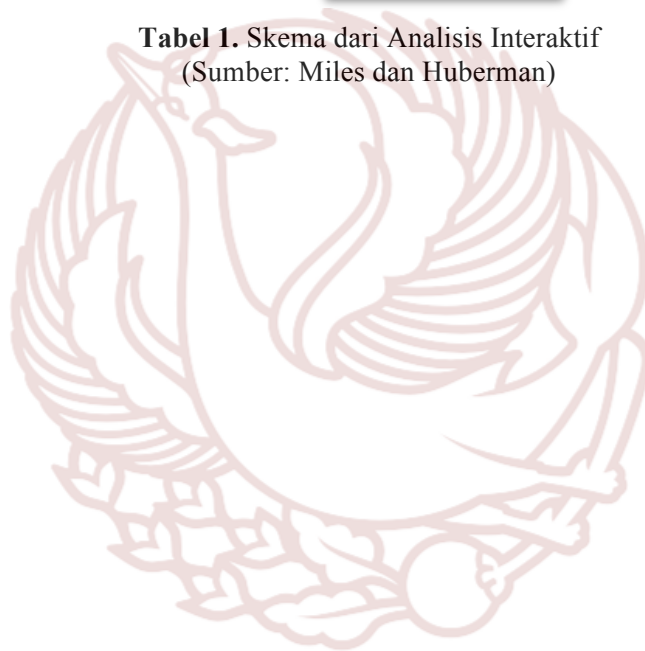
Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif dan interpretatif. Analisis data dilakukan dengan cara mengatur secara sistematis pedoman wawancara, data kepustakaan, kemudian memformulasikan secara deskriptif, selanjutnya memproses data dengan tahapan reduksi data, menyajikan data, dan menyimpulkan. Miles dan Huberman menetapkan langkah-langkah yang dapat dilakukan, yaitu (1) mereduksi data, dengan cara pemilahan dan konversi data yang muncul di lapangan (2) penyajian data, yaitu dengan merangkai dan menyusun informasi dalam bentuk satu kesatuan, selektif dan dipahami, dan (3) perumusan dalam simpulan, yakni dengan melakukan tinjauan ulang di lapangan untuk menguji kebenaran dan validitas makna yang muncul di sana. Hasil yang diperoleh diinterpretasikan, kemudian disajikan dalam bentuk deskriptif untuk membuat alternatif solusi desain. Temuan dari studi pustaka dan hasil dari data lapangan dicari hubungan keterkaitan, sehingga didapat gambaran produk dan aktivitas para pedagang Pasar Gedhe sebagai pijakan alternative desain untuk zoning, grouping, sirkulasi, aksesibilitas, dan furniture display sehingga terjadi interaksi sosial.

Analisis data adalah proses untuk mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan catatan kecil di lapangan. Dalam penelitian ini, analisis data di sederhanakan dengan tahapan-tahapan sebagai berikut. Tahapan *pertama* mengidentifikasi data yang diperoleh dari lapangan, baik dengan cara wawancara, interview, observasi, maupun dokumentasi, yang bersumber dari buku, literature, dan foto. Tahapan *kedua*, yakni

mengklasifikasikan data yang masuk, kemudian disesuaikan dengan permasalahan dan tujuan penelitian. Tahapan *ketiga*, yakni melakukan interpretatif terhadap faktor yang mempengaruhi.



Tabel 1. Skema dari Analisis Interaktif
(Sumber: Miles dan Huberman)



BAB IV

PEMBAHASAN

Tahapan proses desain pada perancangan ini memanfaatkan metode tahapan proses desain menurut John F. Pile. Pile menjelaskan sebuah perancangan interior harus menekankan dua unsur penting yaitu *visual perception* dan *visual impression*. *Visual perception* menggabungkan ranah ilmiah dan artistik meliputi material, perabot, aksesoris dan gagasan yang ingin ditampilkan. Sedangkan *visual impression* merupakan dampak atau kesan visual yang diterima oleh pengguna yang dapat mempengaruhi emosional²⁹.

Pasar Gede Hardjonagoro merupakan bangunan cagar budaya, pasca renovasi bangunan oleh Pemerintah Kota Surakarta dengan beberapa fungsi baru menuai beberapa permasalahan. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan tawaran alternatif desain yang dapat diterapkan. Tema dalam perancangan ini bertujuan untuk memperkuat dialog antara luar dan dalam bangunan, memproyeksikan *sense of place* historis Pasar Gede dan citra budaya masyarakat Surakarta yang plural dan dinamis. Beberapa bentuk elemen arsitektur Pasar Gede akan diaplikasikan kembali kedalam beberapa unsur pembentuk ruang dengan memperhatikan skala, proporsi, harmoni, kesatuan (*unity*), variasi, kontras, keseimbangan, irama, tekanan, pola dan ornamen. Langkah selanjutnya adalah *selecting space* atau identifikasi terhadap permasalahan ruang, yang kemudian dilakukan analisis dan evaluasi agar dapat menjawab permasalahan desain. Tahap berikutnya adalah *programming*, pada tahap ini dilakukan proses analisis manusia sebagai pelaku aktifitas, bentuk kegiatan, dan kebutuhannya berupa fasilitas dan besaran ruang yang diperlukan. Setelah kebutuhan ruang ditentukan maka dapat dirumuskan hubungan masing-masing ruang, dengan mempertimbangkan pola sirkulasi, aksesibilitas, pengelompokan berdasarkan zona dan sifat ruang (*grouping-zoning*) dalam bentuk matrik atau diagram. Diagram matrik tersebut selanjutnya digunakan sebagai dasar untuk merencanakan layout ruang dan isian ruang (*designing the space*).

Tahapan proses perancangan di atas diperkuat dengan beberapa sumber data yang telah diperoleh dan kemudian dianalisa. Sumber data merupakan bagian yang sangat penting dalam penelitian, ketepatan dalam memilih dan menentukan jenis

²⁹ John F Pile, *Interior Design* (New York: Harry N .Abrams. Inc, 1995) hal.43

sumber data akan sangat menentukan ketepatan dan kekayaan data/informasi yang diperoleh. Memperhatikan topik yang akan dibahas maka kajian dalam penelitian ini menggunakan beberapa sumber data yaitu narasumber, pustaka, dokumen dan arsip berupa gambar yang berkaitan dengan permasalahan. Sumber data lisan/informasi dari narasumber, digunakan teknik pengumpulan data wawancara. Dalam melaksanakan wawancara terdapat beberapa tahapan dan memerlukan perhatian yang serius, karena wawancara tidak hanya sekali dilakukan, tetapi disesuaikan dengan kebutuhan dan pendalaman data yang diperoleh. Langkah pertama adalah dengan menentukan siapa yang akan di wawancarai. Dalam penelitian ini wawancara dilakukan terhadap responden yang terdiri dari ahli yang terdiri dari praktisi dan professional akademisi yang gayut dengan topik permasalahan. Dalam penelitian kualitatif posisi sumber data yang berupa manusia (narasumber) sangat penting perannya sebagai individu yang memiliki informasi. Peneliti dan narasumber disini memiliki posisi yang sama, oleh karena itu narasumber bukan sekedar memberikan tanggapan pada yang diminta peneliti, tetapi ia bisa memilih arah dan selera dalam menyajikan informasi yang ia miliki³⁰. Langkah kedua adalah mempersiapkan wawancara dengan memahami pribadi dan peran persona yang diwawancarai dalam konteksnya. Dalam tahap ini peneliti juga sudah mempersiapkan rincian mengenai jenis informasi apa saja yang akan digali dalam wawancara tersebut. Pada proses wawancara diusahakan wawancara bersifat produktif agar hasil wawancara benar-benar mendapatkan kedalaman informasi. Dan terakhir peneliti dapat menarik kesimpulan dari hasil wawancara tersebut.

Sumber data tertulis diperlukan metode penelitian perpustakaan (*library research*), dokumen dan arsip. Teknik mencatat dokumen ini disebut sebagai *content analysis*, sebagai cara untuk menemukan beragam hal yang sesuai dengan kebutuhan dan tujuan penelitiannya. Dalam melakukan teknik ini perlu disadari bahwa peneliti bukan sekedar mencatat isi penting yang tersurat dalam dokumen atau arsip, tetapi juga tentang makna yang tersirat³¹. Adapun data yang berupa benda dilakukan dengan pengamatan kritis³², melalui observasi langsung terhadap karya tersebut.

³⁰H.B.Sutopo, *Metodologi Penelitian Kualitatif, Dasar Teori dan Penerapannya dalam Penelitian* (Surakarta: Universitas Sebelas Maret, 2006) hlm.58

³¹ Yin, R.K, (1987) *Case Study Research: Design and Methods* dalam H.B. Sutopo, *Metodologi Penelitian Kualitatif, Dasar Teori dan Penerapannya dalam Penelitian* (Surakarta: Universitas Sebelas Maret, 2006) hlm.81.

³²R.M. Soedarsono, *Metodologi Penelitian Seni Pertunjukan dan Seni Rupa* (Bandung: Masyarakat Seni Pertunjukan Indonesia, 2001) hlm.128.

Teknik pendukung pengumpulan data dalam kajian ini memanfaatkan dokumentasi audio dan visual. Dokumentasi visual atau perekaman gambar dengan menggunakan kamera foto, *reproscan* maupun gambar teknik. Teknik ini sangat membantu didalam data, terutama untuk memperjelas diskripsi visual, situasi dan kondisi obyek yang diteliti. Dokumentasi audio memanfaatkan alat perekam suara (*tape recorder/digital recorder*) terutama dalam pengumpulan data dengan teknik wawancara. *Leica disto* sebagai alat ukur dengan teknologi infra merah untuk menggambar ulang denah Pasar Gedhe sisi barat dan program ruang serta area pedagang dan kebutuhan area untuk *furniture* pendukung tata *display* produk dan komoditi, sehingga data ruang gerak dan keluasan didapatkan lebih akurat. Teknik pengambilan sample dokumen berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan kajian yaitu, (1) Dokumen arsip gambar kerja DED perencanaan rehabilitasi arsitektur dan interior Pasar Gedhe sisi barat (2) Dokumen Peraturan Daerah Kota Surakarta Nomer 1 Tahun 2012 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Surakarta 2011-2031 (3) Peraturan Menteri Perdagangan RI No: 70/M-DAG/PER/12/2013, tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern. Dalam pelaksanaan pengumpulan data sesuai dengan sifat penelitian yang lentur dan terbuka, pilihan narasumber dan jumlahnya dapat berkembang sesuai dengan kebutuhan dan kemandirian peneliti dalam memperoleh data³³. Teknik ini dipilih karena merupakan teknik penggalan data yang lebih efektif. Pengambilan sample didasarkan pada teknik *purposive sampling*, dengan kecenderungan peneliti untuk memilih informan, lokasi, artefak, dan dokumen yang dipilih berdasarkan atas pertimbangan yang terkait dengan permasalahan desain secara mendalam dan dapat dipercaya untuk menjadi sumber data yang mantap. Informan yang dipilih meliputi 2 kelompok. Kelompok pertama adalah penggagas, yaitu seseorang atau lembaga yang sejak awal terlibat dan memberikan kontribusi terbesar dalam perancangan rehabilitasi Pasar Gedhe Hardjonagoro sisi barat. Kriteria narasumber penggagas adalah seseorang yang mempunyai latar belakang pengetahuan tentang proses perencanaan dan pembangunan rehabilitasi tersebut. Informasi yang ingin digali dari narasumber penggagas adalah informasi pada tataran konseptual. Narasumber kelompok ini adalah Kepala Bappeda Bidang Ekonomi, Kepala Dinas Tata Ruang Kota, dan Kepala Dinas Pengelola Pasar Pemerintah Kota Surakarta. Peran masing-

³³Patton,M.Q (1984) dalam H.B. Sutopo, *Metode Penelitian Kualitatif: Dasar Teori dan Penerapannya dalam Penelitian* (Surakarta: Sebelas Maret University Press, 2004) hlm.64

masing lembaga tersebut sangat penting dalam penyusunan kebijakan dan konsep rehabilitasi baik dalam sektor fisik, pelayanan dan pengelolaan. Informasi dari narasumber diatas, digunakan sebagai sumber informasi genetik yaitu informasi tentang kondisi yang membentuk atau mengambil bagian didalam proses perencanaan dan pembangunan rehabilitasi Pasar Gedhe sisi barat. Kelompok narasumber kedua adalah pengguna, yaitu persona yang menggunakan karya tersebut sebagai wadah aktifitas. Kelompok ini dibagi menjadi 2 (dua) bagian yaitu pengelola Pasar Gedhe sisi barat dan pedagang buah. Informasi yang ingin diperoleh dari narasumber pengguna adalah dampak fisik dan psikologis setelah berinteraksi terhadap ruang arsitektur dan interior Pasar Gedhe Hardjonagoro. Informasi pengguna digunakan sebagai sumber informasi afektif.

1. Data Lapangan

a. Site

Pasar Gede Hardjonagoro merupakan bangunan cagar budaya yang ditetapkan dengan Surat Keputusan (SK) Walikota Nomor 646101-F/I/2012. Pasar Gede Hardjonagoro terletak di Jalan Urip Sumoharjo, Kelurahan Sudiroprajan, Kecamatan Jebres Surakarta. Tingkat aksesibilitas terhadap lokasi dapat mudah dijangkau menggunakan kendaraan pribadi maupun angkutan umum. Di sebelah utara, barat, timur dan selatan Pasar Gede Hardjonagoro merupakan deretan toko-toko dan perkantoran yang tumbuh sebagai akibat atau dipengaruhi oleh aktifitas Pasar Gedhe Hardjonagoro yang ramai sehingga menimbulkan peluang usaha disekitar pasar. Permasalahannya yang terjadi pada site adalah rawan terjadi kemacetan disisi barat karena parkir masih dibadan jalan, tidak hanya pada satu ruas jalan, tetapi dua sisi jalan kanan dan kiri dipergunakan untuk parkir kendaraan. Lingkungan pasar masih terlihat sangat kumuh dan banyak sampah berserakan hingga ke jalan.



Gambar 13. Kondisi *Site*
Pasar Gedhe Hardjonagoro Sisi Barat dan Timur
(Sumber : *Google Map*, diakses pada 24 Oktober 2016, 10:21:32)

b. Data Fisik

1) Massa Bangunan

Pasar Gede Hardjonagoro terdiri atas dua massa bangunan, yaitu bangunan sisi barat dan sisi timur. Pada sisi barat terdiri dua lantai, lantai pertama difungsikan sebagai pasar buah dan lantai dua difungsikan sebagai area penyedia jasa dan produk kuliner, sedangkan Pasar Gede Hardjonagoro pada sisi timur juga terdiri dari dua lantai. Posisi massa bangunan Pasar Gede Hardjonagoro sisi barat menghadap utara dan selatan dengan luas bangunan 1.364m^2 , sedangkan Pasar Gede sisi Timur memiliki luas 8.500m^2 membentuk alur Barat-Timur layaknya tipikal arsitektur kolonial yang mempertimbangkan sirkulasi udara dan alur pencahayaan alami. Terdapat 636 los pasar, 106 kios dan 200 pedagang *oprokan*, sehingga Pasar Gede Hardjonagoro kurang lebih menampung 942 pedagang.



Gambar 14. Pasar Gedhe Hardjonagoro sisi Barat



Gambar 15. Pasar Gedhe Hardjonagoro sisi Timur

2) Orientasi Massa Bangunan

Iklim dan arsitektur di Indonesia sangat dipengaruhi oleh lintasan matahari. Kondisi alam akibat pengaruh iklim tersebut dapat direspon manusia dengan menciptakan lingkungan binaan. Arsitektur Pasar Gede Hardjonagoro sisi barat memiliki orientasi tapak bangunan menghadap Utara dan Selatan, namun pada sisi Timur dan Barat memiliki fasad yang lebih luas dan terdapat banyak pintu terbuka, sehingga memungkinkan panas matahari masuk kedalam ruang. Permasalahan tersebut dipecahkan Karsten dengan membuat *overhang cantilever* disetiap pintu masuk sehingga menciptakan bayangan dan memungkinkan untuk mendapatkan ventilasi yang baik.

Arsitektur Pasar Gede Hardjonagoro mempertimbangkan situasi orientasi bangunan dengan tujuan ruang-ruang yang berada didalam pasar mendapatkan *thermal comfort* secara maksimal. Pada prinsipnya ketika siang hari terjadi proses pemanasan dan malam hari terjadi pelepasan panas. Proses pendinginan secara berantai pada bangunan satu lantai sangat efektif, tapi tidak untuk bangunan bertingkat. Masa udara menghambat radiasi dan konduksi yang kemudian berubah menjadi konveksi, akibatnya ruang menjadi pengap dan tidak nyaman. Untuk mengatasi masalah tersebut dipilih material pembentuk ruang yang memiliki porositas atau berpori. Langkah ini mengambil keuntungan dari sifat kapasitif (menyimpan) bahan untuk mempertahankan kenyamanan suhu ruang. Pada siang hari, saat suhu hangat dan radiasi matahari bertindak meningkatkan suhu interior, massa bangunan menyerap dan menyimpan panas. Pada malam hari, saat suhu udara luar yang dingin, udara luar disirkulasikan melalui panas bangunan. Udara panas yang diserap selama siang hari dilepaskan dari massa udara dingin ke beredar melalui ruang dan luar ruangan kemudian dibuang.

Orientasi bangunan juga dimanfaatkan sebagai titik tolak perencanaan pencahayaan dengan memanfaatkan sinar matahari pada siang hari dengan memperhatikan gubahan ruang sehingga mendapatkan tingkat kenyamanan visual yang baik. Gubahan ruang dilakukan dengan usaha memasukkan sinar sebanyak-banyaknya tapi meminimalisir radiasi cahaya dengan cara pemilihan warna dan jenis material penutup elemen pembentuk ruang. Warna yang cenderung gelap akan menyerap panas sedangkan warna terang cenderung memantulkan panas.

3) Bentuk Arsitektur

Bentuk arsitektur khas kolonial Belanda setelah tahun 1900 mempunyai bentuk yang lebih spesifik. Bentuk bangunan sendiri merupakan bentuk bangunan modern di Belanda pada saat itu, dan disesuaikan dengan iklim di tropis Indonesia. Elemen tradisional juga ditambahkan ke dalam pendirian bangunan. Gaya arsitektur Pasar Gede Hardjonagoro merupakan perpaduan antara gaya Eropa dan gaya Jawa.



Gambar 16. Arsitektur Pasar Gedhe Hardjonagoro sisi Barat dan Timur

4) Interior

a) Sistem Pendaerahan (*Grouping dan Zoning*)

Grouping dan *Zoning* adalah usaha pengelompokan ruang menurut sifat, fungsi dan frekuensi aktifitas. Penentuan *grouping* dan *zoning* mengacu pada pola hubungan antar ruang. Sistem pendaerahan dalam bangunan dapat dibagi menjadi beberapa kelompok yaitu,

I. Area Publik

Area publik adalah area yang dapat diakses dengan mudah oleh semua pelaku aktifitas, baik pengunjung maupun pengelola/pedagang. Area publik pada pasar tradisional adalah tempat terjadinya interaksi antara pengunjung sebagai calon pembeli dengan pedagang. Berdasarkan fungsi tersebut maka penciptaan karakter pada area publik harus mampu memberikan kesan yang baik terhadap kualitas produk, pelayanan, kenyamanan, dan kemudahan penggunaan fasilitas dan jasa yang disediakan. Kriteria standar pada area ini adalah tingkat aksesibilitas yang baik sehingga menimbulkan kenyamanan secara fisik maupun psikologis. Mengingat jenis pelayanan pasar adalah *self selection* yaitu pengunjung/calon pembeli dapat memilih sendiri secara langsung barang yang akan dibeli maka kemudahan kepada pengunjung/calon pembeli untuk memilih dan mengamati barang dan

kemudahan bagi pedagang dalam mengawasi dan memberikan pelayanan yang optimal menjadi faktor penting.

II. Area Servis

Area servis merupakan pengelompokan ruang yang mengacu pada aktifitas penunjang kegiatan utama, pelayanan publik dan pemeliharaan internal. Area servis pada pasar tradisional misalnya toilet umum, area bongkar muat barang dan pengelolaan sampah, janitor dan gudang.

Permasalahan sistem *grouping* dan *zoning* pada Pasar Gede Hardjonagoro di Surakarta adalah belum dipisahkan hierarki secara jelas antara area publik dengan area servis. Area servis yang seharusnya berperan menjadi pendukung kelancaran aktifitas jual beli justru keberadaannya sangat mengganggu. Sistem *grouping* dan *zoning* juga menimbulkan banyak *saleable area* menjadi ruang yang tidak produktif.



Gambar 17. *Grouping* dan *zoning* yang kurang direncanakan dengan baik menimbulkan permasalahan terhadap hierarki dan fungsi ruang.

III. Area Sirkulasi

Area sirkulasi merupakan ruang yang difungsikan untuk sirkulasi pelaku aktifitas dan barang. Zoning pada area sirkulasi dapat dipisahkan dengan mempertimbangkan frekuensi aktifitas didalam ruang. Daerah dimana terjadi kegiatan dengan frekuensi tinggi dan bersifat cepat, misalnya pada daerah main entrance, daerah sirkulasi utama publik, area penerimaan barang (loading area), area sortir barang,

dan jalur pendistribusian barang sebaiknya dipisahkan dengan daerah yang memiliki frekuensi aktifitas yang rendah dan bersifat lebih lambat, misalnya pada daerah sirkulasi cabang yang lebih sempit.

Permasalahan pada Pasar Gede Hardjonagoro adalah sistem zonasi yang kurang direncanakan dengan baik mengakibatkan banyak area sirkulasi terhalang oleh barang komoditi. Layout kios juga menciptakan jalur sirkulasi yang membingungkan sehingga mempersulit aksesibilitas pengunjung.



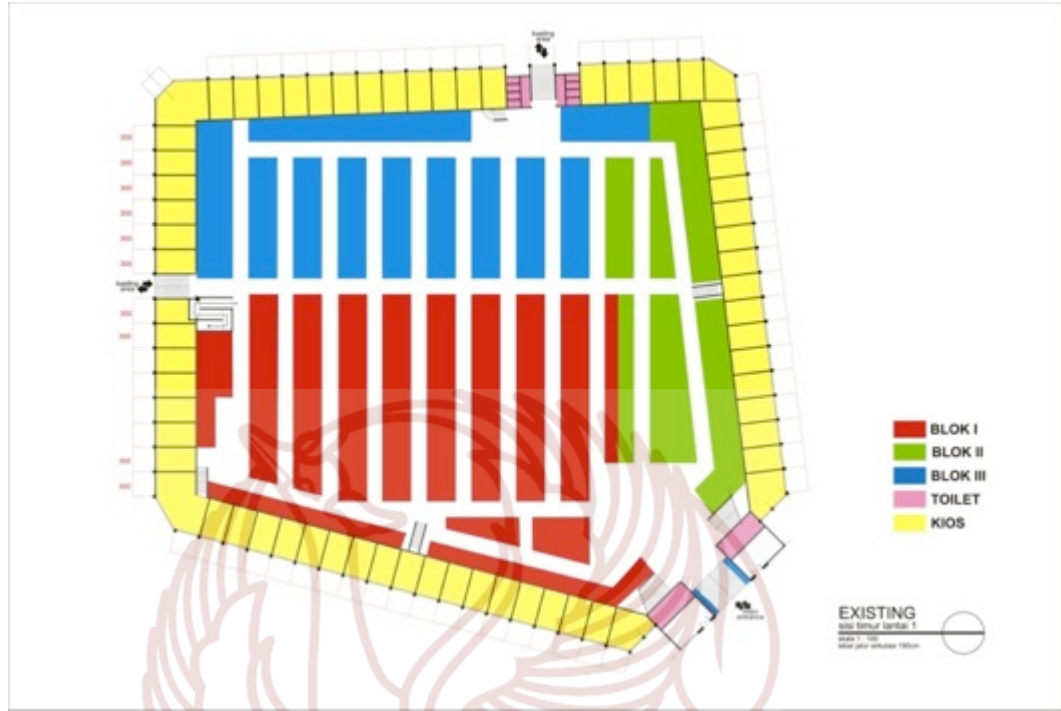
Gambar 18. Jalur sirkulasi terhalang tumpukan barang sehingga mengganggu aksesibilitas semua kegiatan

Zonasi berdasarkan jenis komoditi juga belum dilakukan. Jenis komoditi/produk pada Pasar Gede Hardjonagoro sisi Barat berdasarkan jenisnya yaitu,

- i. Produk buah yang meliputi buah-buahan lokal dan impor
- ii. Produk Parsel Buah
- iii. Produk Kerajinan Kemasan Parcel
- iv. Produk Penunjang yang meliputi keranjang buah, packing (palet) untuk buah, keranjang (*packaging*) parcel.

Sedangkan sistem zonasi pada Pasar Gede Hardjonagoro sisi Timur dibagi menjadi blok I, II, dan III pada lantai satu (dasar) dan blok IV pada lantai dua (atas). Blok I, II dan III menampung produk buah, makanan dan snack, sayuran, ayam goreng, *grabatan* (peralatan rumah tangga) jamu racikan dan

latengan (makanan siap saji). Blok IV menampung komoditi buah lokal dan daging dengan kelengkapan fasilitas mushalla. Los K menyediakan produk buah, bunga segar, ayam hidup, ikan laut, dan daging. Los K juga terdapat fasilitas mushalla dan kantor pengelola pasar.



Gambar 19. Zonasi Blok Pedagang
Pasar Gede sisi Timur

Usaha zonasi ruang berdasarkan jenis komoditi sudah dilakukan, namun usaha tersebut tidak mempertimbangkan menurut sifatnya misalkan membedakan area basah dan kering. Sistem zonasi juga belum mempertimbangkan frekuensi kegiatan, sehingga area-area dengan tingkat aktifitas rendah menjadi tempat untuk menumpuk barang yang pada akhirnya mengganggu sirkulasi.



Gambar 20. Area dengan tingkat frekuensi rendah menjadi tempat untuk menumpuk barang dan membuang sampah

Pengelola pasar belum konsisten dan tegas dalam membagi tempat berdagang, zonasi yang seharusnya untuk kategori menjual produk jamu racikan, namun diisi juga dengan pedagang yang menjual makanan dan minuman. Permasalahan yang muncul produk makanan terkontaminasi aroma bahan jamu dan sebaliknya depot minuman menimbulkan lingkungan menjadi lembab, basah, dan becek. Kelembaban yang ditimbulkan pada akhirnya memicu tumbuhnya jamur baik pada bahan jamu dan lingkungan sekitar.



Gambar 21. Zonasi menurut jenis produk masih bercampur dengan jenis produk lainnya

b. Layout

Terminologi *layout* sering digunakan untuk merujuk pada tugas spesifik perancangan ruang berdasarkan program kebutuhan ruang, aktifitas pengguna ruang dan kebutuhan spasialnya. *Layout* ruang pada pasar atau area penjualan harus mempertimbangkan adanya pemisahan yang jelas antara daerah publik dengan daerah servis. Pemisahan daerah ini bertujuan agar tidak terjadi sirkulasi silang (*cross circulation*) antara sirkulasi calon pembeli/ pedagang dengan barang. Pertimbangan layout pada Pasar Gede Hardjonagoro berdasarkan pada pembagian jumlah pedagang atau kios yang akan ditampung yaitu sebanyak 120 pedagang atau kios disisi utara dan rencana kedepan akan ditambah 20-25 kios disisi selatan. Kios dirancang dengan pembagian ruang melalui pembangunan partisi atau dinding masif yang dilengkapi dengan pintu *rolling door*. Keputusan desain layout tersebut keuntungannya adalah setiap pedagang mempunyai area penjualan yang tetap secara dimensi ruang dagang dan memiliki tingkat privasi atau keamanan yang cukup baik. Namun disisi lain dari keputusan desain layout model ini, kios yang terletak didalam bangunan menjadi terhalang dan tidak terjangkau oleh calon pembeli sehingga mengurangi ratio penjualan. Selain menyulitkan orientasi pengunjung untuk menjangkau ke seluruh area, keputusan desain ini berdampak pada buruknya tata kondisi bangunan misalnya tingkat pencahayaan dan penghawaan secara alami kurang dapat dioptimalkan. Pada dasarnya penghawaan alami di dalam bangunan merupakan jaminan akan adanya aliran udara yang baik dan sehat dengan kesejukan yang sewajarnya. Untuk mendapatkan penghawaan yang baik perlu dirancang bentuk, elemen dan detail arsitektur yang bertujuan mengoptimalkan aliran udara sejuk. Secara teoritis untuk mendapatkan kualitas penghawaan dan pencahayaan yang baik, bukaan atau ventilasi udara yang dianjurkan adalah paling tidak sebesar 15% dari luas lantai bangunan. Existing arsitektur Pasar Gede Hardjonagoro sebenarnya sudah menyediakan elemen penunjang tata kondisi interior tersebut, namun karena rehabilitasi atau renovasi menerapkan sistem layout dengan partisi ruang secara masif maka tata kondisional gedung menjadi tidak sehat dan tidak berfungsi dengan baik.



Gambar 22. Layout kios yang dibatasi dengan ruang dan partisi masif menyulitkan orientasi dan sirkulasi pengunjung. Dampak lain adalah kurang optimalnya tata kondisi didalam ruang

Layout pada interior Pasar Gede Hardjonagoro pada sisi Timur sejak awal direncanakan dengan memisahkan antara area sirkulasi dengan area penjualan. Pemisahan area tersebut dapat dilakukan dengan membuat perbedaan ketinggian lantai, lantai pada area penjualan ditinggikan sekitar 70 cm dari lantai area sirkulasi. Selain untuk menjaga kondisi lingkungan area penjualan tetap kering, perlindungan terhadap produk penjualan agar tidak mudah rusak, memberikan batas antar kios juga memberikan kenyamanan orientasi pandang bagi pembeli dalam memilih produk. Kondisi saat ini sangat berbeda dengan pertimbangan awal diatas, jalur sirkulasi dipenuhi dengan barang, batas ketetapan antar kios terhalang oleh barang yang menumpuk sehingga menimbulkan ketidakteraturan. Layout diatur dengan cara memisahkan berdasarkan jenis barang dagangan juga sudah dilakukan, namun dalam pelaksanaannya masih terdapat beberapa jenis barang yang tidak sesuai dengan penempatannya. Permasalahan yang timbul adalah apabila bercampur antara produk dagangan kering dengan produk basah. Selain menyulitkan dalam perawatan lingkungan pasar seperti ketiadaan sanitasi dan air bersih, menimbulkan lingkungan kotor dan bau, juga berpotensi merusak kualitas produk kios disekitarnya terutama pada produk kering dan produk segar.



Gambar 23. Batas antara area penjualan dengan area sirkulasi dipisahkan melalui *leveling* lantai

c. Sirkulasi

Sirkulasi berasal dari kata *circullatio* dalam bahasa Latin, yang kemudian dalam bahasa Inggris menjadi *circulation* yang artinya jalur keliling, menampung peredaran (Fowler, 1968:216). Pengertian sirkulasi berkaitan dengan aktifitas dalam ruang sehingga jarak sirkulasi terpendek akan memberikan gerak terhemat pada kegiatan manusia didalamnya. Kriteria menentukan sirkulasi adalah pengarah tapak yang logis sehingga dapat menunjukkan arah sendiri tanpa adanya petunjuk arah, jarak antar ruang yang berhubungan erat dengan jenis kegiatan tertentu dibuat sedekat-dekatnya dan terbebas dari hambatan persilangan atau *cross circulation* (Neufert, 1975:210-211). Sirkulasi pada area penjualan menurut pendapat David Mund terdapat 3 (tiga) jenis sirkulasi yaitu sirkulasi untuk calon pembeli, pedagang, dan barang.

*Plan for circulation in selling zone must provide for the three traffic, customer, employess, and merchandise*³⁴

Sirkulasi Pasar Gede Hardjonagoro sisi Barat dan Timur saat ini kurang memberikan aksesibilitas yang baik bagi pengunjung, pedagang maupun dalam pendistribusian barang. Bangunan kios-kios dengan dinding tinggi mengakibatkan jalur yang membingungkan sehingga sulit dijangkau oleh pengunjung. Kondisi ini juga ditandai dengan hilangnya ruang sosial yang

³⁴ David Mund, *Shops: Manual Planning and Design* (New York: F.W. Dodge Corporation, 1981) hal.20

merupakan tempat berinteraksi antara pengunjung dengan pembeli. Pemisahan area sirkulasi penjualan dengan sirkulasi barang (servis) juga belum dilakukan, baik dengan adanya perbedaan lebar jalur sirkulasi maupun penyediaan jalur khusus.

d. Sistem Display

Ruang interior terbentuk dari sistem struktur bangunan yang dipertegas dengan elemen lantai, dinding dan langit-langit. Setiap bangunan mempunyai pola yang dapat dikenali dari elemen-elemen dan sistem tersebut. Masing-masing pola memiliki bentuk geometris awal yang kemudian menurunkan dan membentuk suatu volume ruang berdasarkan kesamaannya (Ching, 1996:26). Kebutuhan luas ruang dapat diperkirakan dari analisis jumlah orang yang dilayani, peralatan ruang yang dibutuhkan, dan sifat aktifitas yang akan berlangsung di setiap ruang.

Luas area penjualan/kios pada rehabilitasi atau renovasi Pasar Gede Hardjonagoro adalah hasil dari kompromi dan negosiasi antara Dinas Pengelola Pasar dengan para pedagang. Hasil perhitungan inilah yang menjadi dasar pertimbangan penyediaan luas kios, lokasi kios dan fasilitas penunjang lainnya. Volume kios yang bermacam-macam memang cukup menyulitkan baik bagi Dinas Pengelola Pasar dalam penyediaannya maupun bagi pihak pedagang dalam mengelola area pajang/display pada kiosnya. Masalah ini sampai sekarang belum terpecahkan sehingga kondisi ini justru memperburuk citra pasar yang baru saja di rehabilitasi. Sistem display yang baik tidak hanya terciptanya kualitas visual yang baik terhadap barang dagangan tetapi juga jaminan perlindungan kualitas terhadap barang dagangan sehingga tidak mudah rusak, busuk, dan kotor. Saat ini pedagang buah Pasar Gede Hardjonagoro menggunakan bekas kemasan buah sebagai display dagangannya, sehingga permasalahan klasik muncul kembali yaitu ketidakteraturan, kumuh, padat, dan penataan produk yang melanggar batas area.



Gambar 24. Sistem display mengembalikan masalah klasik tentang kondisi pasar yang kotor, kumuh, tidak teratur dan melanggar batas area

e. Unsur Pembentuk Ruang

1) Lantai

Lantai adalah bidang pada ruang interior di tingkat dasar yang datar. Sebagai *platform* yang mendukung aktifitas interior dan *furnishing*, lantai harus terstruktur untuk menahan dengan aman beban yang dihasilkan. Permukaannya harus cukup tahan dalam penggunaannya secara berkelanjutan³⁵. Karakter lantai akan memberikan ciri tertentu terhadap ruang yang bersangkutan dengan jenis kegiatan yang ada pada bidang tersebut³⁶. Keputusan desain lantai pada rehabilitasi atau renovasi Pasar Gede Hardjonagoro menggunakan material *terazzo* berukuran 20 x 20 cm warna merah pada bidang utama dan border lantai menggunakan warna hitam dengan jenis material yang sama. Pertimbangan utama penggunaan material ini adalah berusaha mengembalikan kembali karakteristik sebagai arsitektural cagar budaya. Karakteristik material *terazzo* cukup baik digunakan pada bangunan pasar meskipun mempunyai beberapa kekurangan yaitu tingkat porousitas yang tinggi sehingga mudah

³⁵ Francis DK. Ching, *Desain Interior dengan Ilustrasi* (Jakarta: Indeks, 2011) hal.148

³⁶ Pamudji Suptandar, *Desain Interior: Pengantar Merencana Interior Untuk Mahasiswa Desain dan Arsitektur* (Jakarta: Djambatan, 1992) hal.129

sekali kotor dan tidak tahan terhadap zat kimia. Treatment pada lantai adalah dengan kenaikan level lantai pada area penjualan sekitar 20cm pada pasar sisi barat dan 60 cm pada pasar sisi timur dengan tujuan memisahkan antara area display dengan area sirkulasi atau membuat batas imajiner terhadap batas kios. Kelemahan treatment ini adalah pengunjung atau pembeli kurang dapat leluasa dalam mengamati dan memilih produk dagangan, dari sisi pedagang juga cukup sulit untuk memberikan pelayanan kepada calon pembeli. Ruang menjadi lebih sempit sehingga interaksi antara calon pembeli dan pedagang jadi kurang nyaman.



Gambar 25. Kenaikan lantai pada area penjualan bertujuan untuk memberikan batas antara area sirkulasi dengan area penjualan

b. Dinding

Dinding pada bangunan dapat berfungsi sebagai dinding struktur, dapat juga sebagai pembatas saja, hal ini tergantung dari sistem struktur yang dipakai dalam perencanaannya. Oleh karena itu secara struktur dinding dibedakan menjadi dinding struktur/pendukung (*bearing wall*) dan dinding partisi (*non bearing wall*). Dinding mempunyai pengaruh yang sangat kuat dalam menciptakan suasana psikologis suatu ruang. Dari pengolahan bentuk dinding akan diperoleh penciptaan suasana privat, nyaman, keleluasaan dan lain-lain. Hal lain yang perlu diperhatikan dalam

pemakaian material untuk dinding adalah ditinjau dari segi fungsi, bahan, bentuk, efek yang ditimbulkan serta sifat perawatannya yang secara keseluruhan memenuhi persyaratan baik secara teknis maupun estetis. Selain berfungsi sebagai pembatas, dinding pada area penjualan dapat pula difungsikan sebagai tempat penyimpanan atau untuk memajang produk dagangan. David Mund menjelaskan bahwa, *Wall units have normal height between 1900mm and 2100 mm, they maybe full size cabinets or split cabinets, where the lower half is off different type from the top half*³⁷

Uraian di atas menjelaskan bahwa unit-unit dinding dengan ketinggian normal berkisar antara 1900mm sampai dengan 2100mm dapat berupa tempat penyimpanan yang berukuran penuh atau terpisah dimana pada bagian dibawahnya berbeda dengan yang diatasnya. Keputusan desain dinding pada rehabilitasi atau renovasi Pasar Gede Hardjonagoro sisi barat adalah dengan membagi setiap kios dengan dinding partisi yang masif menggunakan batu bata. Keuntungan dari keputusan ini adalah masing-masing kios memiliki privasi yang baik, dari sisi keamanan desain ini memberikan perlindungan yang sangat baik terhadap barang dagangan. Masing-masing kios dilengkapi dengan pintu *rollingdoor* sebagai pengaman disaat kios tutup. Namun keputusan desain dinding masif ini menimbulkan masalah lain, yaitu ruang-ruang didalam bangunan pasar menjadi sulit untuk diakses oleh pengunjung. Bagian kios yang berada ditengah atau didalam bangunan tidak terjangkau oleh pengunjung sehingga konsekuensi logis menurunkan ratio penjualan. Treatment dinding ini juga membuat ruang-ruang yang berada didalam menjadi gelap dan minimnya sirkulasi udara sehingga menimbulkan ketidaknyamanan baik secara fisik maupun psikis.

Dalam pekerjaan rehabilitasi atau renovasi Pasar Gede Hardjonagoro dilakukan penambahan penguatan struktur terutama pada kolom struktur lama dan penambahan struktur baru untuk menopang beban penguatan konstruksi lantai atas. Struktur baru tersebut cukup

³⁷ David Mund, *Shops: Manual Planning and Design* (New York: F.W. Dodge Corporation, 1981) hal.42

mengganggu terutama ketika tahap *zoning* pembagian kios pedagang. Pedagang yang mendapatkan kios didekat kolom struktur baru kurang leluasa dalam memajang display dagangannya.



Gambar 26. Penempatan kolom struktur baru yang kurang tepat sehingga pedagang kesulitan mengelola display dagangannya.

c. Ceiling

Ceiling atau langit-langit (*plafond*) ruang adalah struktur dan penutup ruang bagian atas. Ceiling berperan sangat penting dalam persepsi terhadap ruang. Ceiling yang rendah akan menciptakan ruang yang sempit atau memberikan penekan tertentu terhadap dimensi ruang, mengarahkan tapak. Sedangkan ceiling yang tinggi akan memberikan persepsi ruang yang luas, terbuka, nyaman dan lega. Dalam merencanakan ceiling perlu diperhatikan beberapa faktor yaitu, fungsi ceiling, ketinggian ceiling, bentuk penyelesaian pada ceiling, konstruksi pemasangan, pengaturan fixture ceiling seperti lampu, ac, speakers dan lain-lain.

Ketinggian ceiling pada Pasar Gede Hardjonagoro adalah 437cm dengan mengekpose ducting lantai atas dicat warna putih dan warna cream pada balok-balok strukturnya. Upaya ini sangat efisien dalam pembiayaan pekerjaan karena tidak perlu pengadaan material penutup

ceiling beserta pelaksanaan konstruksinya. Namun perencanaan yang kurang cermat mengakibatkan titik-titik peletakan fixture ceiling seperti lampu menjadi kurang fleksibel, sehingga untuk penambahan fixture menjadi kurang rapi dan membahayakan keamanan bangunan maupun pelaku aktifitas didalamnya.



Gambar 27. Ceiling memanfaatkan *duct* lantai atas, kurang fleksibel apabila ada penambahan *fixture* di ceiling, nampak beberapa kabel listrik liar melintas antar kios

c. Data Non Fisik

1) Sistem Operasional

Pasar Gede Hardjonagoro adalah pasar tradisional yang dikelola oleh Pemerintah kota Solo dibawah naungan Dinas Pengelolaan Pasar Kota Surakarta beserta anggota masyarakat dan dinas terkait seperti Kelompok Paguyuban Pasar Gede (KOMPPAG) dan Kepolisian Sektor Jebres, Surakarta. Waktu operasional pasar buka setiap hari dari Senin sampai Minggu pada jam 06.00 -19.00 pada Pasar Gede sisi Barat, sedangkan Pasar Gede sisi Timur 05.00 – 15.00 WIB.

2) Fasilitas Ruang

a) Kantor Pengelola Pasar

- b) Pos Keamanan
 - c) Sarana Pemadam Kebakaran
 - d) Mushalla
 - e) Toilet Umum
 - f) Tempat Bongkar Muat Barang
 - g) Tempat Pembuangan Sampah Sementara
 - h) Kotak Sampah
- 3) Lahan Parkir dengan luas 390m²

B. Proses Analisis Desain

1. Analisa Aktifitas dan Kebutuhan Ruang

Aktifitas dan kebutuhan ruang dapat diketahui setelah mengetahui pelaku aktifitas didalam pasar. Pelaku aktifitas pada Pasar Gedhe sisi barat adalah pengunjung sebagai calon pembeli, pedagang kios dan pengelola (Dinas Pengelola Pasar) Pasar Gedhe sisi barat dan timur.

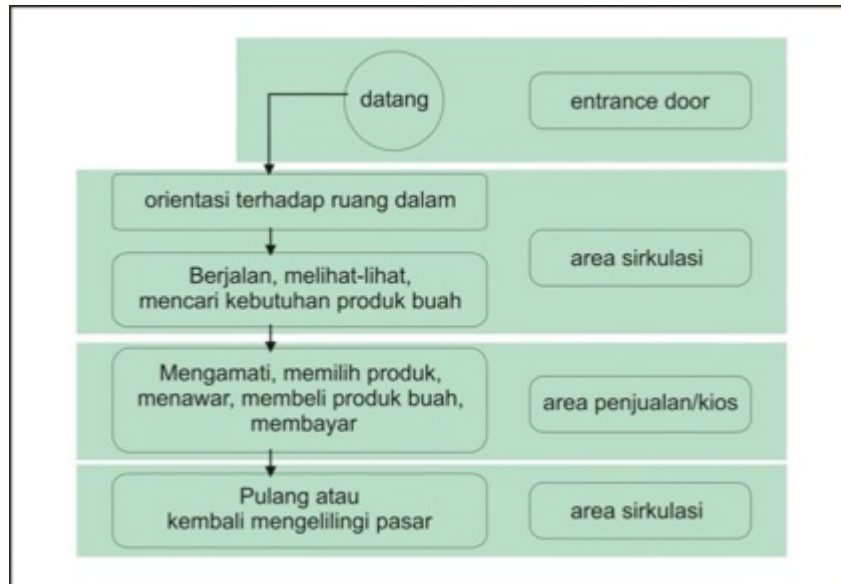
No	Pelaku	Aktifitas	Kebutuhan Ruang	Kebutuhan Perabot
1	Pengunjung	Datang /Masuk Pasar	Entrance	
		Orientasi terhadap ruang dalam		
		Berjalan, melihat-lihat, mencari kebutuhan produk	Area Sirkulasi	
		Mengamati, memilih produk, menawar, membeli produk, membayar	Ruang Kios	Display (Table fixture display, Case Fixture display, Hanging Display)
		Pulang atau kembali mengelilingi pasar	Area sirkulasi	
2	Pedagang	Datang/Masuk Pasar	Entrance	
		Membuka kios, membersihkan lingkungan kios, menata dagangan, menunggu pembeli, istirahat,	Ruang Kios, Mushalla, <i>Public Toilet</i>	Display (Table fixture display, Case Fixture display,

		beribadah, MCK		Hanging Display), kursi
		Melayani Pembeli, menimbang, membungkus, menerima pembayaran	Ruang Kios	Meja Timbangan, storage
		Menerima barang baru, sortir	Loading Area	
		Membawa barang ke dalam kios	Area sirkulasi barang	
		Membuang Sampah	Tempat Pembuangan Sampah	Bin Sampah
3.	Pengelola Pasar	Datang, Presensi	Entrance	
		Bekerja, istirahat, beribadah, MCK	Kantor Pengelola, Mushalla, Toilet	Meja, Kursi, Lemari arsip,
		Mengecek kondisi Pasar	Area Sirkulasi	
		Presensi, Pulang		

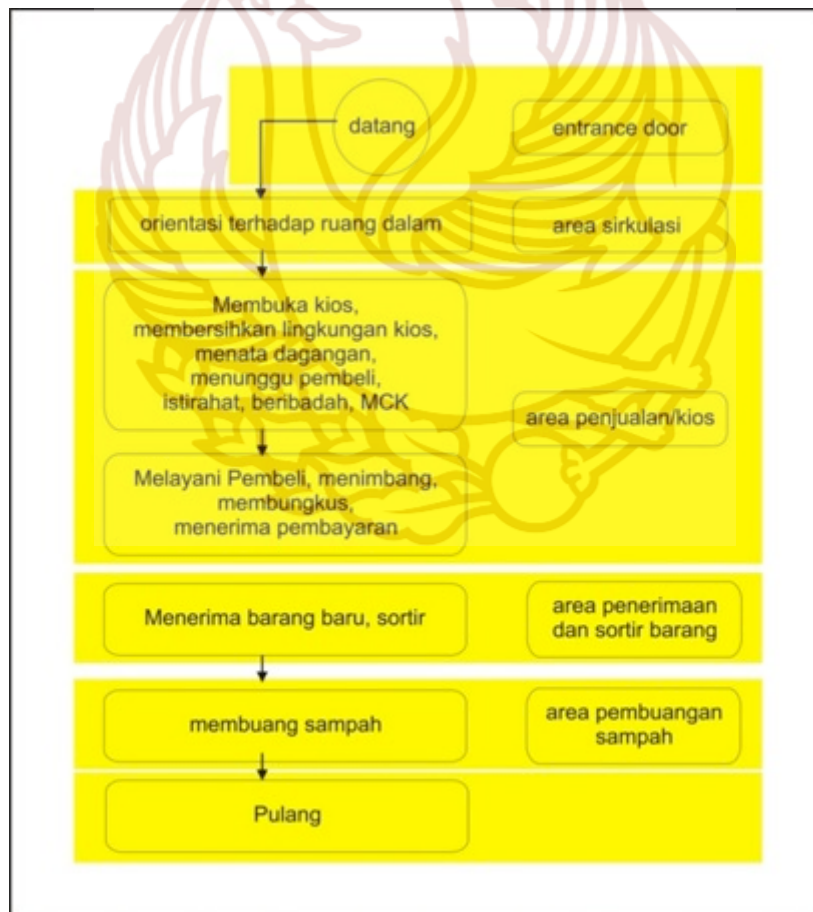
Tabel 2. Pelaku, Aktifitas, dan Kebutuhan Ruang Perabot

2. Analisa Pola Aktifitas dalam Ruang

Pola aktifitas terdiri dari beberapa aktifitas yang akan dibedakan menurut pengguna (manusia) dan barang. Aktifitas pengguna (manusia) terdiri dari aktifitas pengunjung, pedagang, dan pengelola. Aktifitas barang terdiri atas barang dagangan dan pengelolaan sampah. Idealnya aktifitas manusia dan barang dirancang secara terpisah sehingga tidak terjadi sirkulasi silang. Pemisahan tersebut dapat dilakukan dengan secara fisik memisahkan jalur pola sirkulasi maupun pola hubungan antar ruang atau dapat pula memisahkan berdasarkan waktu kegiatan operasionalnya. Berikut penjelasan bagan alur aktifitas berdasarkan alur kegiatan manusia (pengunjung, pedagang dan pengelola) dan barang (dagangan dan pengelolaan sampah) terkait dengan interaksi terhadap kebutuhan ruang sebagai berikut,



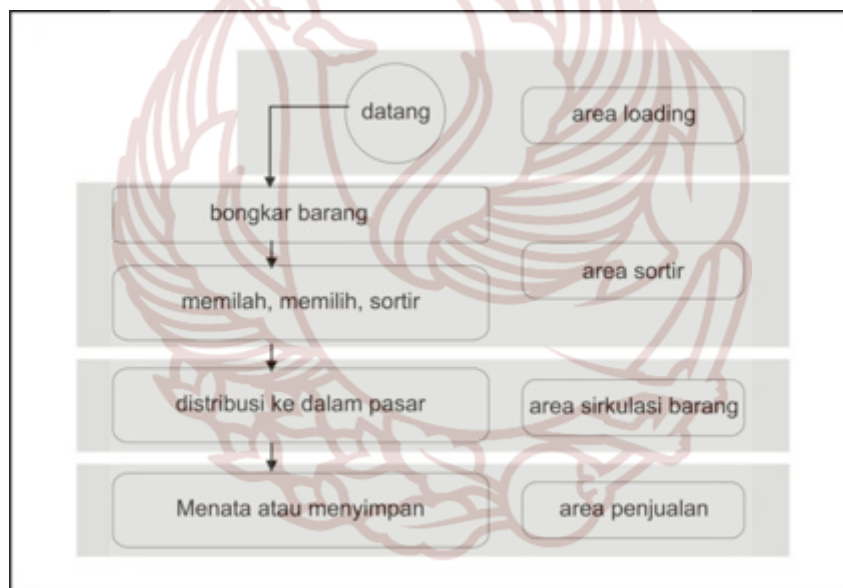
Gambar 28. Alur Kegiatan Pengunjung



Gambar 29. Alur Kegiatan Pedagang



Gambar 30. Alur Kegiatan Pengelola



Gambar 31. Alur Barang

4. Analisa Besaran Ruang

Ruang interior terbentuk dari sistem struktur bangunan yang dipertegas dengan elemen lantai, dinding dan langit-langit. Setiap bangunan mempunyai pola yang dapat dikenali dari elemen-elemen dan sistem tersebut. Masing-masing pola memiliki bentuk geometris awal yang kemudian menurunkan dan membentuk suatu volume ruang berdasarkan kesamaannya³⁸. Kebutuhan luas ruang dapat diperkirakan

³⁸ Francis D.K. Ching, *Ilustrasi Desain Interior* (Jakarta: Penerbit Erlangga, 1996) hlm.26

dari analisis jumlah orang yang dilayani, peralatan ruang yang dibutuhkan, dan sifat aktifitas yang akan berlangsung di setiap ruang. Berdasarkan dokumen *as built drawing* Pekerjaan Rehabilitasi Pembangunan Pasar Gedhe Barat Lanjutan 2015, besaran kios pedagang dapat diidentifikasi menjadi beberapa tipe sesuai dengan volume ruangnya,

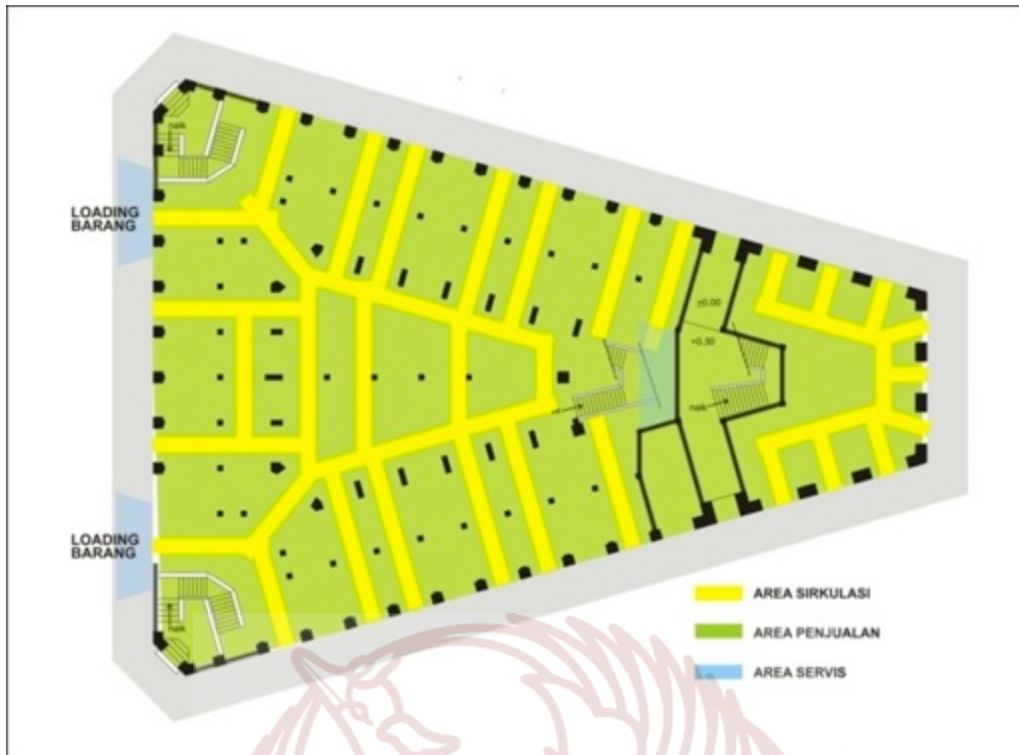
- a. Tipe A, ukuran kios berkisar 200 x 150 cm
- b. Tipe B, ukuran kios berkisar 200 x 200 cm
- c. Tipe C, ukuran kios berkisar 200 x 90 cm
- d. Tipe D, ukuran kios berkisar 270 x 90 cm
- e. Tipe E, ukuran kios berkisar 200 x 80 cm

Tipe berdasarkan besaran ruang kios selanjutnya akan menjadi dasar pada tahap selanjutnya, terutama pada layout dan standar ukuran bagi penyediaan display penjualan.

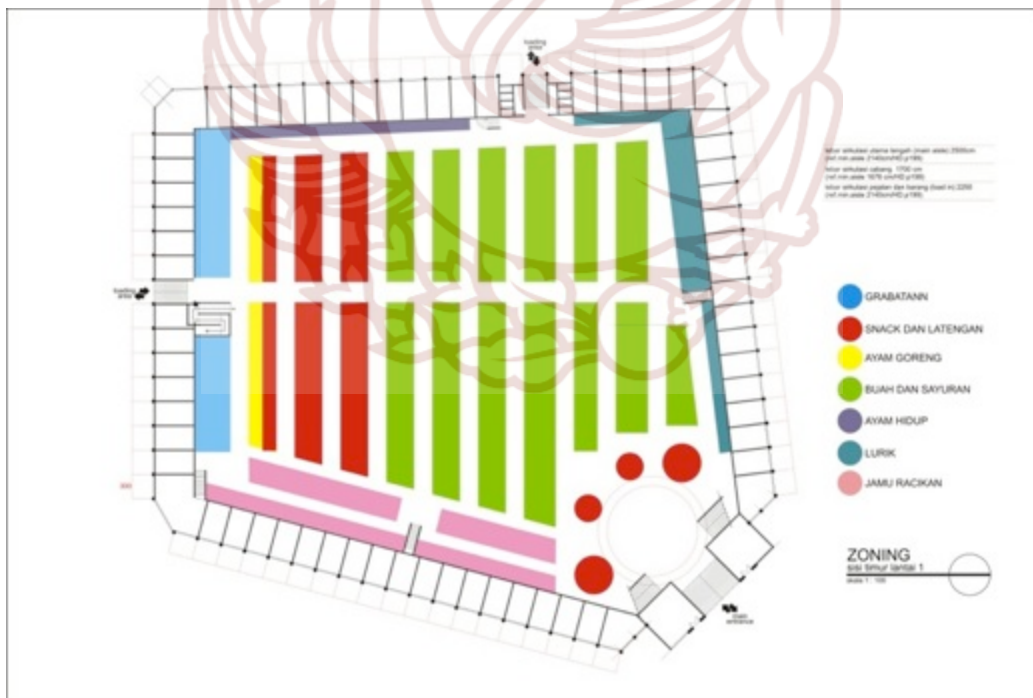
Besaran kios pada Pasar Gede sisi Timur disusun berdasarkan sistem layout dengan jenis grid dan kolom. Sistem ini dipilih untuk memberikan kemudahan terhadap aksesibilitas sirkulasi, membedakan fungsi ruang (ruang sirkulasi dan ruang penjualan), fleksibilitas terhadap kebutuhan volume kios, dan kemudahan pembagian fungsi masing-masing ruang. Lebar area penjualan masing-masing 3m *double loaded* (dua sisi) memanjang terbagi oleh area sirkulasi 192 cm.

5. Analisa Grouping dan Zoning

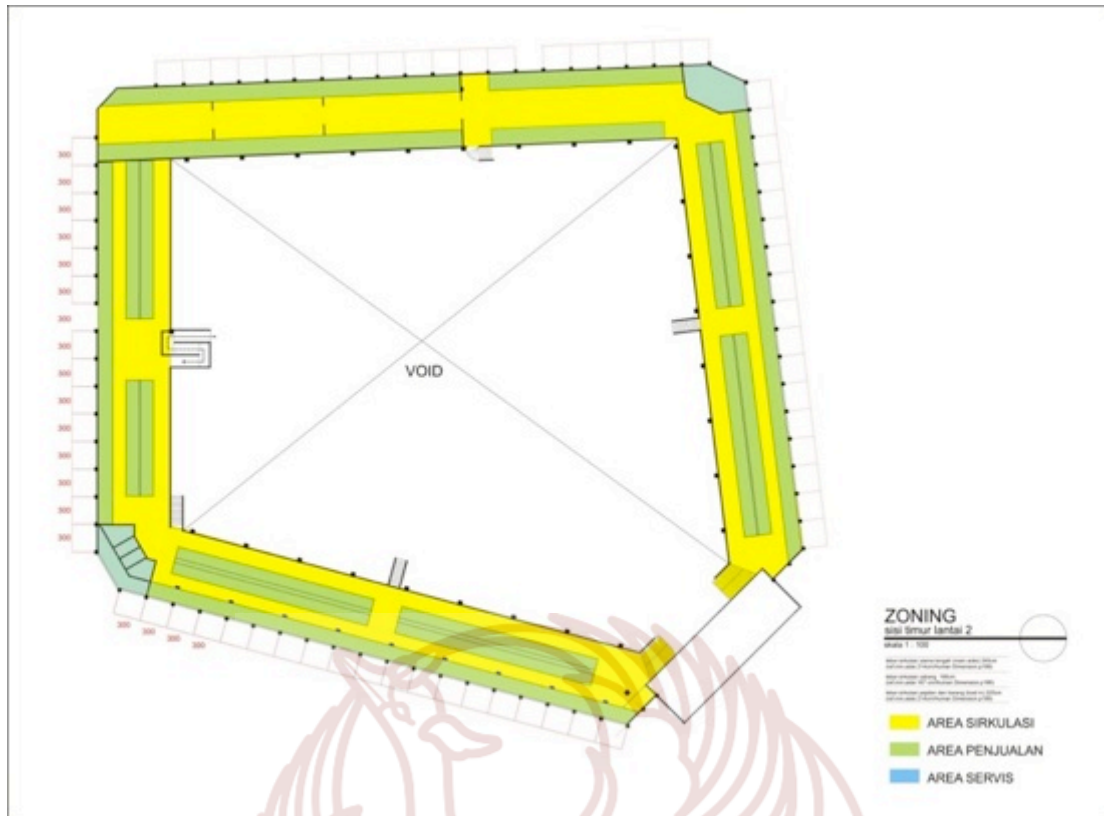
Pada tahap *grouping* dan *zoning* dapat disimpulkan pemetaan area penjualan, area servis dan area sirkulasi. Dimensi dan *zoning area* penjualan berdasarkan pada data pembagian kios yang telah dilakukan oleh Dinas Pengelola Pasar Kota Surakarta. Dimensi dan *zoning area* servis berdasarkan pada kondisi *existing* dan data dokumen *as built drawing* Pekerjaan Rehabilitasi Pembangunan Pasar Gedhe Barat Lanjutan 2015. Dimensi dan *zoning area* sirkulasi dipetakan kembali dengan memperlebar area sirkulasi pada entrance loading barang dan keluar barang dari 180cm menjadi 225 cm yang kemudian dibulatkan menjadi 220cm karena pertimbangan pemakaian ukuran bahan lantai 20 x 20cm. *Cross Circulation* antara area loading barang, sirkulasi pengunjung dan sirkulasi pedagang diselesaikan dengan memberikan sirkulasi cabang melalui *interroom*. Berikut hasil analisa *grouping* dan *zoning*,



Gambar 32. Grouping dan Zoning
Pasar Gede sisi Barat



Gambar 33. Zonasi Berdasarkan Jenis Komoditi
Pasar Gede sisi Timur Lantai 1



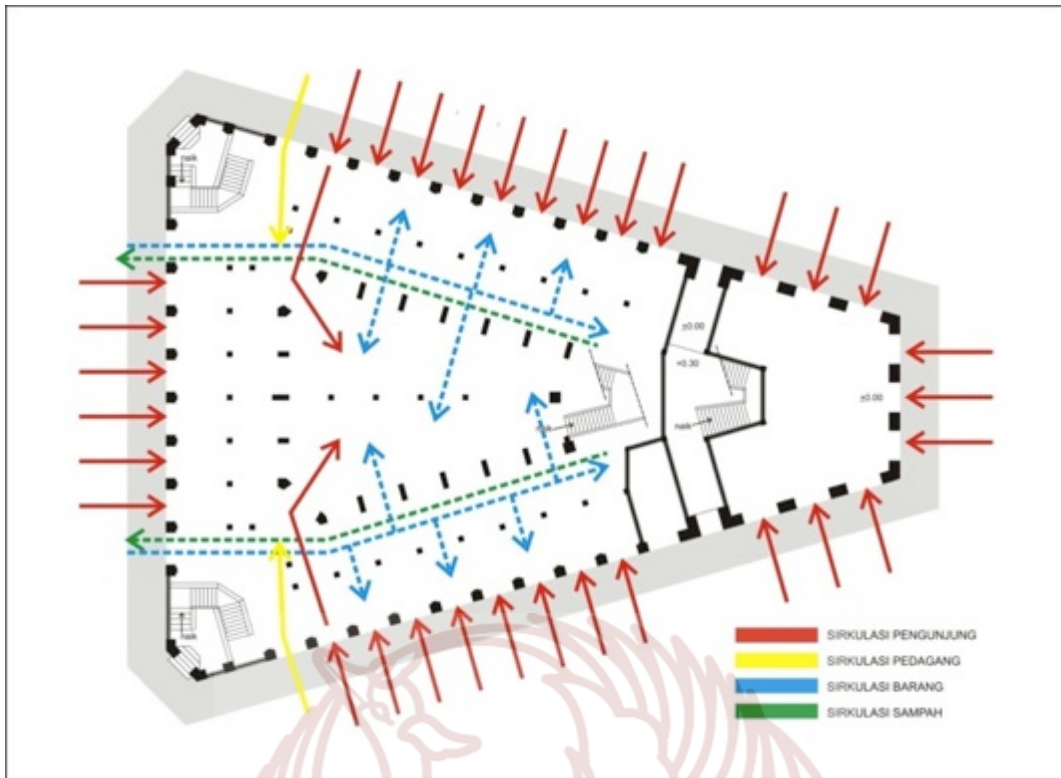
Gambar 34. Zonasi Berdasarkan Jenis Komoditi
Pasar Gede sisi Timur Lantai 2

6. Analisa Sirkulasi

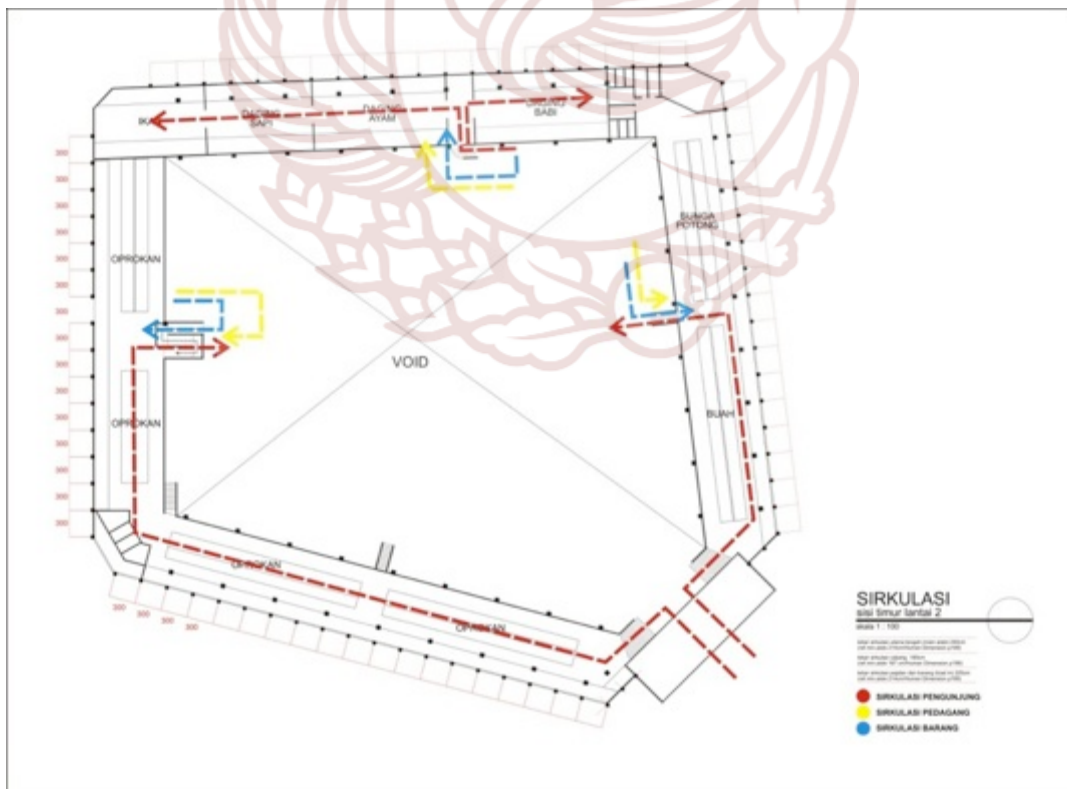
Berdasarkan analisa pelaku kegiatan, pola aktifitas dan kebutuhan ruang maka sirkulasi pada rehabilitasi interior Pasar Gede Hardjonagoro di Surakarta dibagi menjadi 4 (tiga) macam yaitu,

- a. Sirkulasi Pengunjung atau calon pembeli
- b. Sirkulasi Pedagang
- c. Sirkulasi Barang (Produk)
- d. Sirkulasi Sampah

Sirkulasi yang baik adalah sirkulasi yang sederhana, memiliki keluasaan yang cukup nyaman untuk sirkulasi dua arah. Keluasaan dibutuhkan agar pelaku aktifitas tidak saling berhimpitan satu dengan yang lain. Pada sirkulasi pendistribusian barang membutuhkan keluasaan yang lebih besar.



Gambar 35. Alur Sirkulasi
Pasar Gedhe sisi Barat



Gambar 36. Alur Sirkulasi
Pasar Gedhe sisi Timur Lantai 2

Perencanaan sistem sirkulasi diatas merupakan hasil dari analisa berdasarkan,

a. Aksesibilitas dan Sistem Sirkulasi

Tujuan perencanaan aksesibilitas dan sistem sirkulasi adalah menjamin semua kios pasar dapat dijangkau oleh pengunjung. Pintu masuk dan hierarki sirkulasi harus dirancang agar semua area pasar mudah dijangkau. Zone komoditas inti ditempatkan pada area tertentu agar dapat menarik pengunjung untuk menghidupkan zone komoditas lainnya. Kios-kios harus mendapatkan aksesibilitas visual yang memadai dari pengunjung. Kemudahan orientasi pengunjung didalam pasar dengan merancang jalur sirkulasi secara hierarkis dan menyediakan simpul-simpul sirkulasi pada jalur yang panjang

b. Efektifitas Pemanfaatan Ruang

Tujuan efektifitas pemanfaatan ruang dalam perencanaan sirkulasi adalah mengoptimalkan proporsi luas ruang yang dapat dijual (*saleable area*). Luas *saleable area* minimum 65% dari luas keseluruhan bangunan dan jalur sirkulasi dapat dioptimalkan dengan penerapan sistem *double loaded* (pelayanan dalam dua sisi).

c. Lebar Jalur Sirkulasi

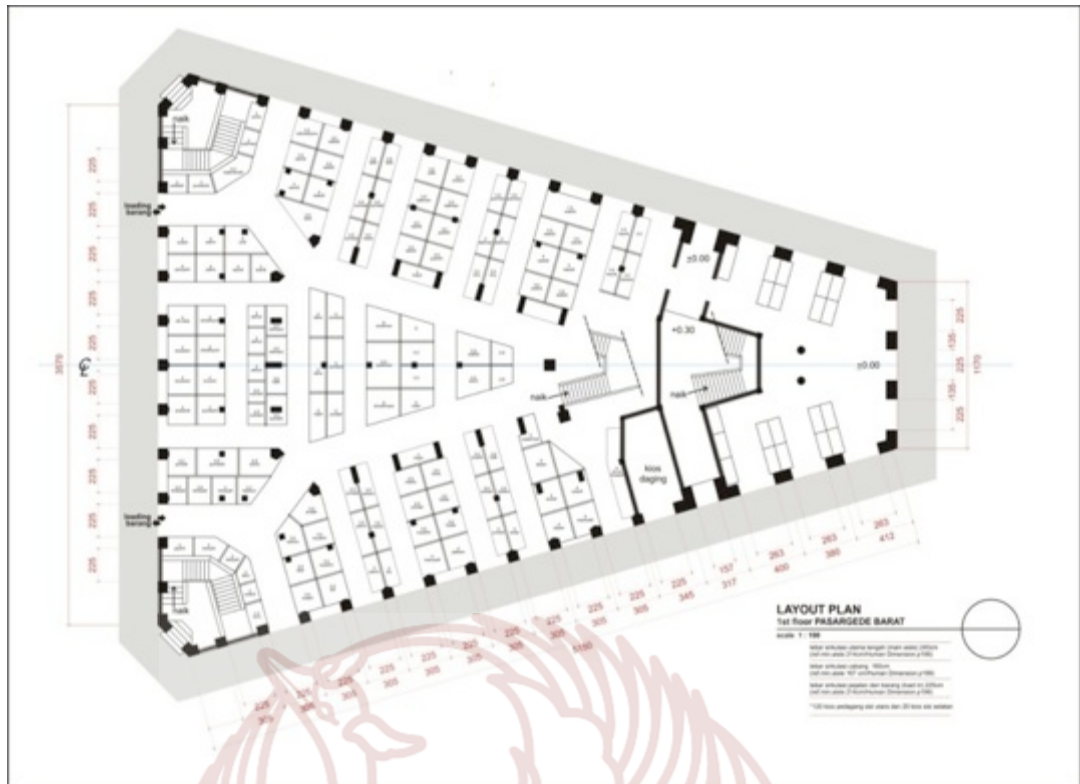
Lebar jalur sirkulasi diperoleh dengan menentukan lebar jalur sirkulasi secara efisien namun tetap nyaman. Jalur-jalur sirkulasi dirancang agar pengunjung bisa menikmati suasana pasar. Lebar jalur sirkulasi minimal bisa dilewati dua orang dan maksimal 30% dari jumlah lebar kios yang diapitnya.

Berdasarkan uraian diatas maka keluasaan/ lebar jalur sirkulasi adalah sebagai berikut,

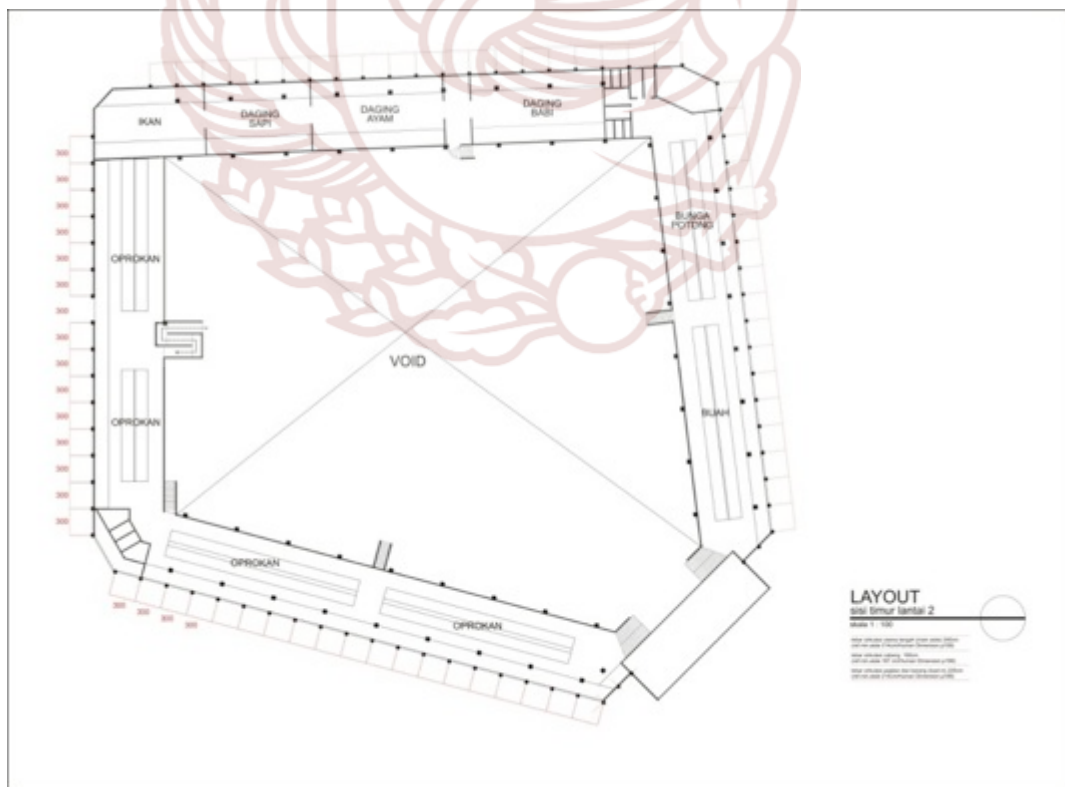
- a. Lebar jalur sirkulasi pengunjung pada cabang / simpul sirkulasi adalah 160cm
- b. Lebar jalur sirkulasi utama dengan kemungkinan pelaku aktifitas pedagang, pengunjung dan barang adalah 240 cm
- c. Lebar jalur distribusi barang dan jalur pengelolaan sampah 220cm.

7. Analisa Layout

Berdasarkan analisa pelaku kegiatan, pola aktifitas, kebutuhan ruang dan sirkulasi maka layout rehabilitasi atau renovasi Pasar Gede Hardjonagoro sisi Barat adalah sebagai berikut,



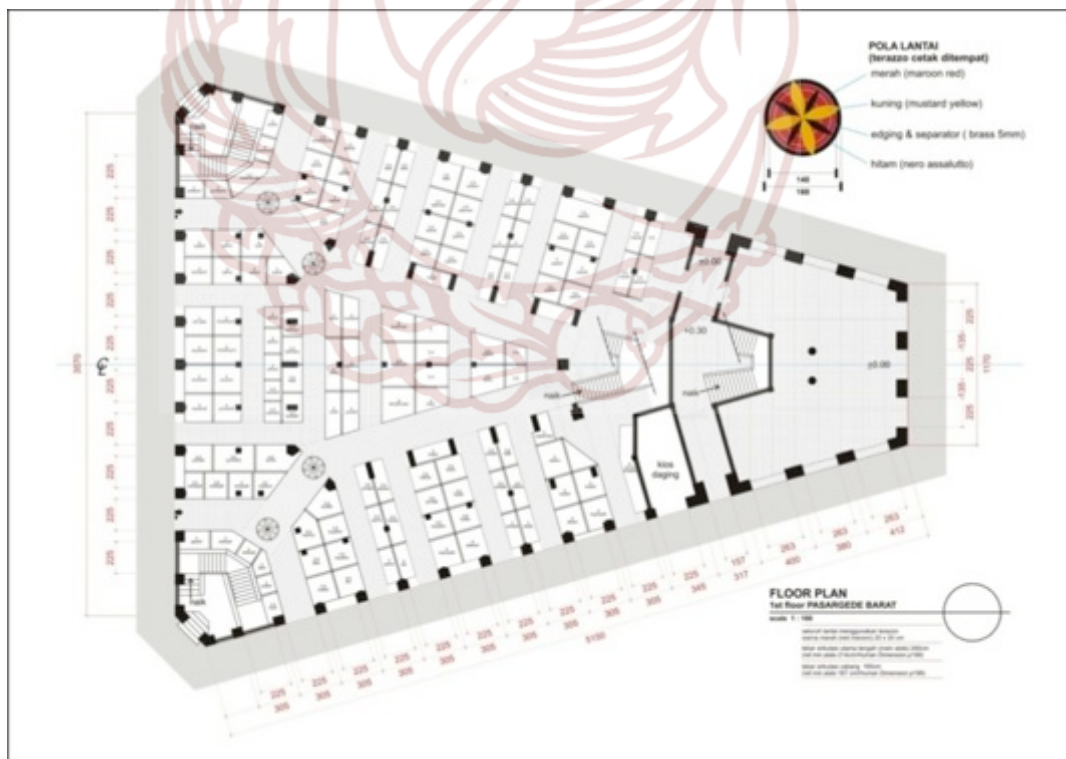
Gambar 37. Layout Pedagang
Pasar Gede sisi Barat



Gambar 38. Layout Pedagang
Pasar Gede sisi Timur

8. Analisa Lantai

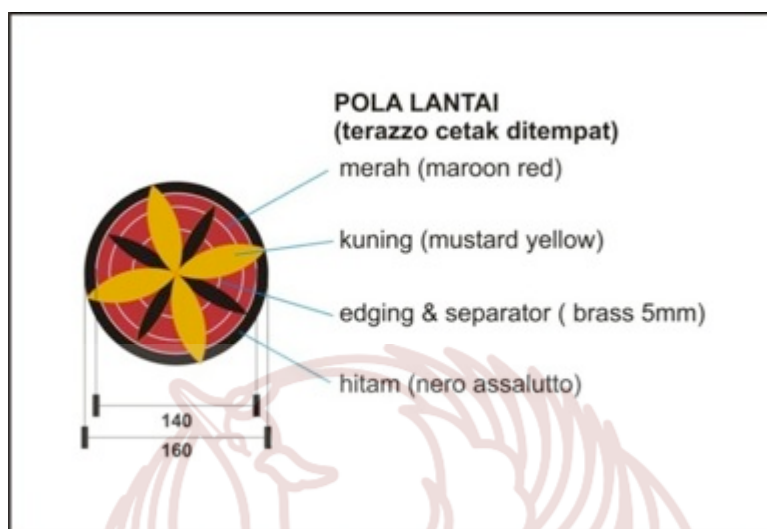
Lantai pada pasar sisi barat menggunakan material terazzo berukuran 20 x 20cm dengan warna merah maroon. Pertimbangan pemilihan material terazzo adalah material ini memiliki porousitas yang tinggi dan memiliki sifat kapasitif sehingga dapat mereduksi panas didalam ruangan. Warna merah maroon dipilih dengan pertimbangan mereduksi radiasi sinar matahari dan menghindari terjadinya silau pada mata. Pemilihan material terazzo juga bertujuan untuk mendukung penciptaan suasana atau tema. *Treatment* pada lantai menggunakan beberapa metode yaitu penerapan pola lantai pada beberapa area. Pola lantai ini diaplikasikan dengan tujuan untuk mempermudah pekerjaan pada pertemuan arah pasangan dari berbagai arah mengingat posisi existing bangunan pada sisi Timur dan Barat miring 16 derajat. Pertemuan sudut antara 90 derajat dan 16 derajat inilah yang akan menimbulkan masalah dari sisi teknis pemasangan. Pola lantai menggunakan teknik cor ditempat dengan bahan terazzo dengan motif batik kawung. Selain berfungsi sebagai *stopper* pasangan lantai motif ini difungsikan sebagai penanda atau petunjuk area.



Gambar 39. Rencana Lantai
Pasar Gedhe sisi Barat

Pola lantai ini diaplikasikan dengan tujuan untuk mempermudah pekerjaan pada pertemuan arah pasangan dari berbagai arah mengingat posisi existing bangunan

pada sisi Timur dan Barat miring 16 derajat. Pertemuan sudut antara 90 derajat dan 16 derajat inilah yang akan menimbulkan masalah dari sisi teknis pemasangan. Pola lantai menggunakan teknik cor ditempat dengan bahan terazzo dengan motif batik kawung. Selain berfungsi sebagai *stopper* pasangan lantai motif ini difungsikan sebagai penanda atau petunjuk area.



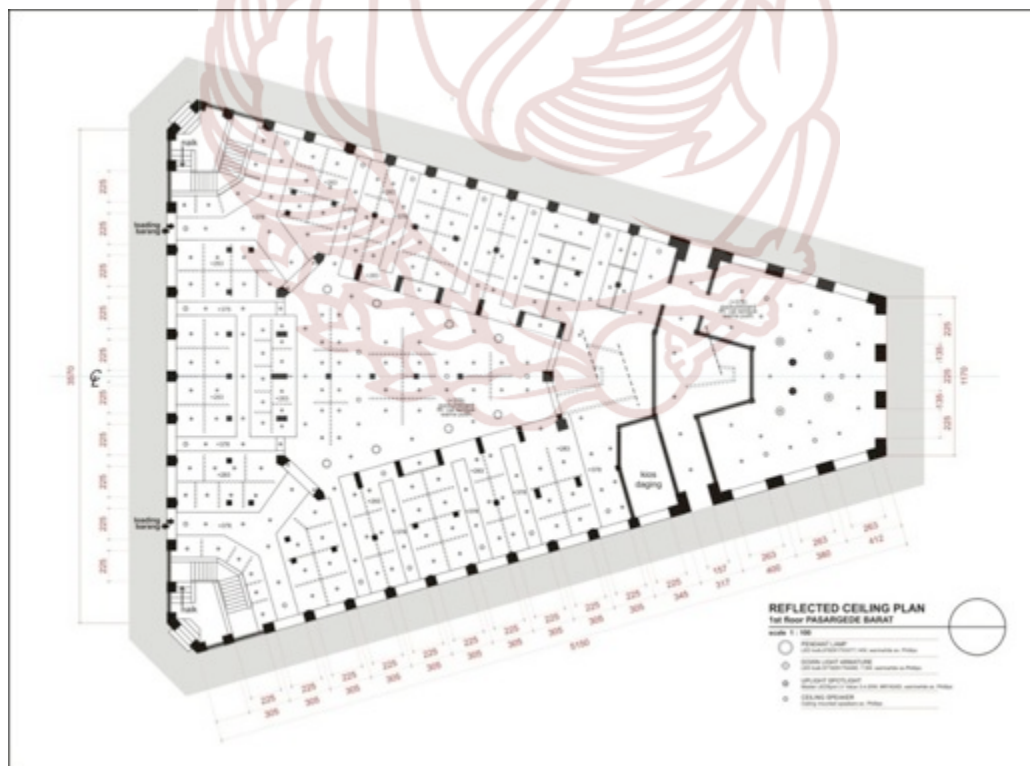
Gambar 34. Pola Lantai pada Area Sirkulasi Pasar Gede sisi Barat

Lantai pasar sisi timur menggunakan material *floor hardener*, dengan pertimbangan kebutuhan, aktifitas yang sangat kompleks dan jenis komoditi yang sangat beragam. Kriteria pemilihan material tersebut memiliki kemudahan dalam perawatan, kuat, tahan gesek, tahan benturan, tidak licin, tidak mudah berjamur, tidak mudah berlumut, tahan api dan memiliki tingkat porusitas material yang cukup rendah. Apabila dibandingkan dengan saat ini, lantai pada sisi timur menggunakan material keramik warna putih dan sebagian menggunakan material terazzo tekstur warna abu-abu menimbulkan permasalahan popping pada keramik dan sulitnya membersihkan pada *terazzo* tekstur. *Terazzo* tekstur secara teknis dipilih agar lantai tidak licin, namun kelemahan dari jenis ini sangat sulit untuk dibersihkan karena kotoran akan mengisi pada celah tekstur tersebut. *Leveling* lantai pada pasar sisi timur juga menjadi perhatian karena kurang mempertimbangkan sirkulasi pembuangan air kotor (baik limbah komoditi maupun maintenance kebersihan).

9. Analisa Ceiling

Ceiling pada pasar sisi barat menggunakan material *gypsumboard* yang dipasang flush tanpa adanya nat pada sambungan. Finishing ceiling menggunakan cat

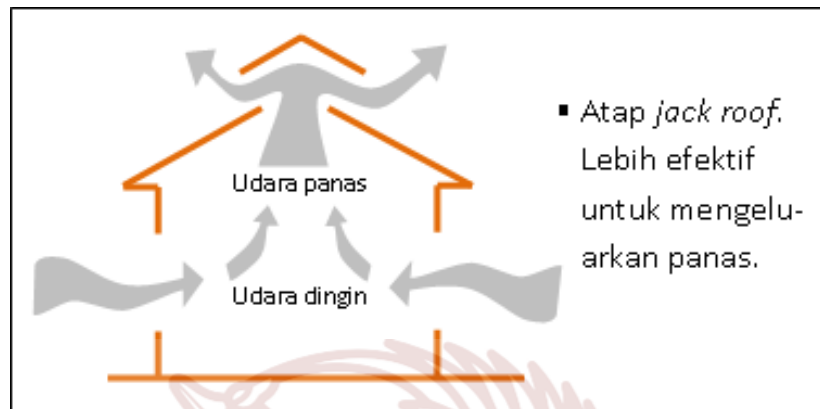
tembok warna putih. Pertemuan antara ceiling dan dinding menggunakan *cornice* dengan material gypsum precast, dengan finishing menggunakan cat tembok warna putih. Selain berfungsi sebagai penutup ruang bagian atas, ceiling juga berfungsi untuk menempatkan beberapa *fixture* pencahayaan, instalasi listrik dan pemasangan speaker. Desain pencahayaan terdiri atas dua jenis yaitu pencahayaan secara merata pada jalur sirkulasi dan pencahayaan secara khusus (*task lighting*) pada area penjualan/display. Pencahayaan secara merata menggunakan armatur down light dan pendant light (lampu gantung) dengan menggunakan lampu jenis SL 23W, *warm light*. Pencahayaan pada area display menggunakan armatur downlight dengan jenis lampu yang sama. Dipilih menggunakan *armatur downlight* dengan pertimbangan mampu merefleksikan penyebaran cahaya secara merata dan tidak menimbulkan efek silau pada mata. Warna pencahayaan menggunakan natural warm dengan pertimbangan secara visual tidak merubah warna produk buah atau memendarkan warna asli dari produk buah tersebut. Berikut hasil analisa rencana ceiling pada interior Pasar Gedhe Hardjonagoro sisi barat,



Gambar 40. Ceiling Pasar Gede sisi Barat

Ceiling pada pasar sisi timur tetap menggunakan ceiling existing karena memiliki utilitas yang sangat baik selain tidak merubah originalitas rancangan struktur atap bangunan cagar budaya. Struktur atap *jack roof* dengan

perletakkan *outlet* pada atap. Lubang antara atap induk dengan atap ‘topi’ pada *jack roof* terdapat kisi-kisi sebagai bukaan keluarnya udara (*outlet*). Posisi *outlet* pada atap ini lebih efektif untuk mengeluarkan udara panas yang banyak berkumpul di bagian atas ruangan tersebut.

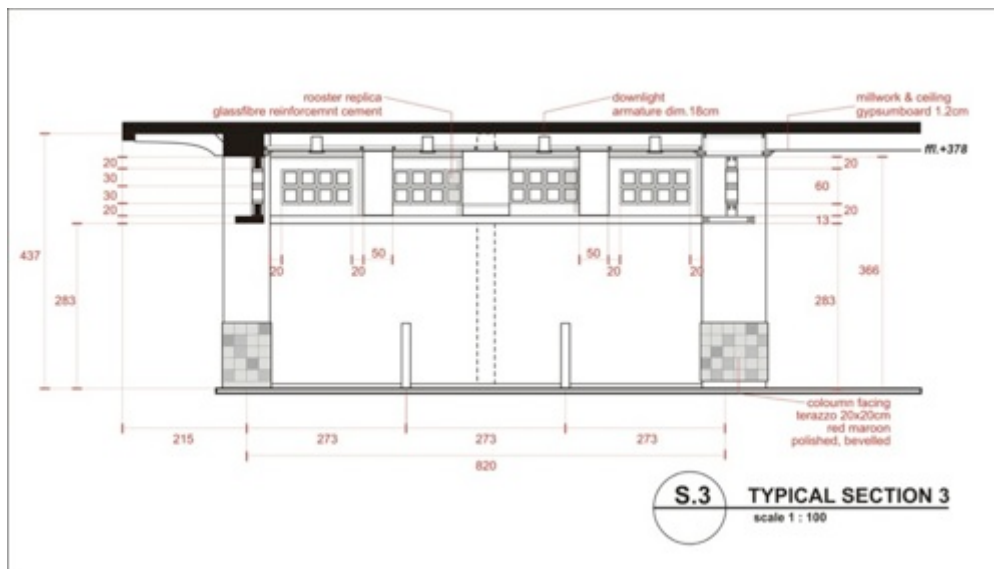


Gambar 41. Diagram Bentuk Existing Ceiling Pasar Gede sisi Barat

Desain pencahayaan pada pasar sisi timur menggunakan *general lighting* yang ditempatkan secara merata baik pada jalur sirkulasi maupun pada area penjualan. Armatur yang digunakan adalah jenis *pendant*/sistem gantung dengan menggunakan lampu jenis *mercury*.

10. Analisa Dinding

Berdasarkan hasil observasi dan analisa pada dinding, maka pada desain dinding penyekat antar kios akan diganti dengan bentuk terbuka atau desain dinding hanya sebagai partisi setinggi 90 cm. Keputusan desain dinding mempertimbangkan bentuk layout dan display penjualan dengan sistem terbuka. Layout dengan sistem terbuka akan memberikan tingkat kemudahan aksesibilitas visual dan pembentukan tapak sirkulasi yang logis. Layout dengan sistem terbuka akan menciptakan interaksi yang baik antara pedagang dengan pengunjung sehingga ruang sosio-kultural sebagai pasar tradisional dapat hidup kembali. suasana tawar menawar (*sliding price*) dan model basar (*bazaar type economy*) yang memberi nuansa khas yaitu berbelanja sekaligus bersosialisasi dan rekreasi. Nuansa seperti inilah yang akan menjadi daya tarik bagi para wisatawan.



Gambar 42. *Treatment Dinding*

Pengolahan pada dinding mengacu pada tema, beberapa elemen arsitektur yang khas pada Pasar Gedhe Hardjonagoro sisi barat diaplikasikan dengan pertimbangan estetis dan fungsional. Material dinding pada sisi atas menggunakan gypsum board dengan finishing cat tembok warna *light cream*, roster replika juga berfungsi sebagai media pendistribusian udara dari luar bangunan kedalam bangunan.pemakaian roster bertujuan untuk memperbesar outlet penghawaan alami, sehingga pendistribusian udara didalam ruangan akan lebih besar dan merata. Pada dinding kolom *existing* menggunakan *treatment walldaddo* dengan menempel ubin terazzo ukuran 20x20 cm, warna merah maroon setinggi 113 cm, pada sisi bawah (skirting) menggunakan nat setinggi 13 cm dari permukaan lantai (*floor finished level*)

11. Analisa Display

Berdasarkan dokumen *as built drawing* Pekerjaan Rehabilitasi Pembangunan Pasar Gedhe Barat Lanjutan 2015, besaran kios pedagang dapat diidentifikasi menjadi beberapa tipe sesuai dengan volume ruangnya,

- Tipe A, ukuran kios berkisar 200 x 150 cm
- Tipe B, ukuran kios berkisar 200 x 200 cm
- Tipe C, ukuran kios berkisar 200 x 90 cm
- Tipe D, ukuran kios berkisar 270 x 90 cm
- Tipe E, ukuran kios berkisar 200 x 90 cm

Besaran ruang masing-masing tipe kios menjadi pertimbangan dimensi display, dan berdasarkan pada bentuk dan dimensi yang bervariasi tersebut maka sistem display yang paling menguntungkan adalah dengan sistem modular. Sistem modular akan dibagi menjadi dua jenis yaitu display yang berfungsi untuk memajang produk dan display yang berfungsi ganda untuk mewadahi kegiatan pelayanan seperti menimbang barang dagangan dan menyimpan beberapa barang pendukung. Dimensi standar modular untuk display penjualan adalah,

Tipe Display	Panjang Muka (cm)	Lebar Kedalaman (cm)	Tinggi (cm)
A	120	100	160
B	60	100	160
C	120	85	160
D	60	85	160

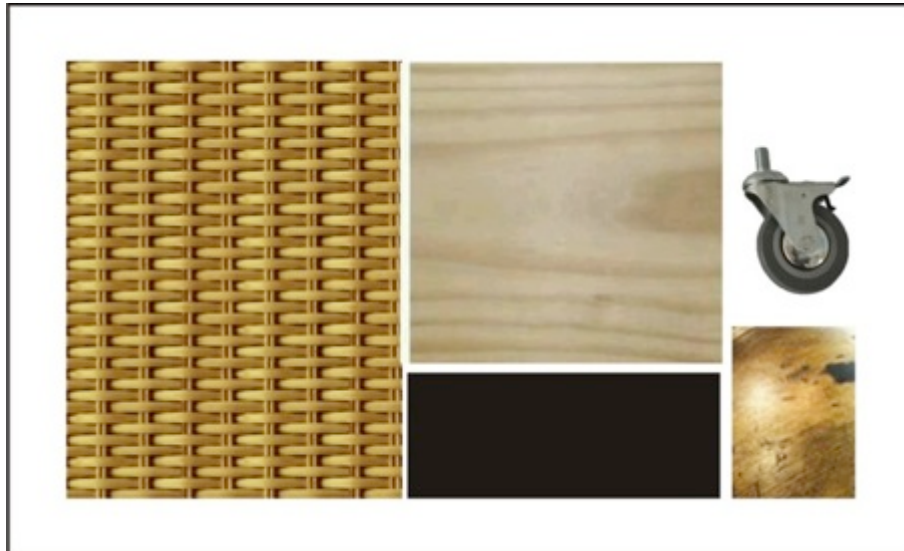
Tabel 3. Dimensi Standar Modular Display

Dimensi standar modular untuk display dengan fungsi pelayanan atau memiliki fungsi sebagai tempat menaruh timbangan, tempat penyimpanan dan display model gantung adalah sebagai berikut,

Tipe Display	Panjang Muka (cm)	Lebar Kedalaman (cm)	Tinggi (cm)
E	60	100	180
F	60	85	180

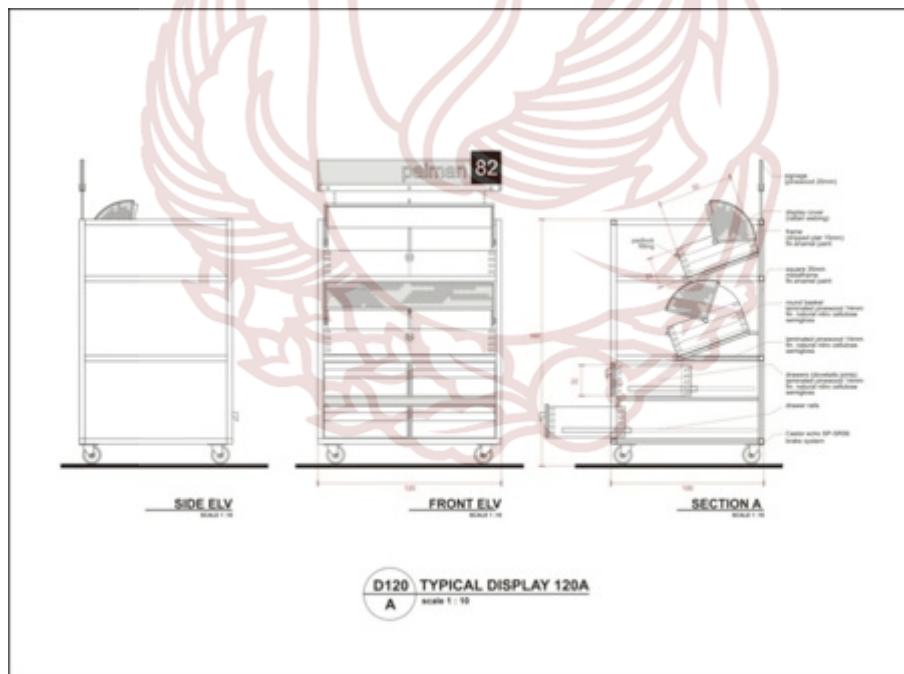
Tabel 4. Dimensi Standar Modular Display Gantung

Material display menggunakan perpaduan besi (rangka utama), kayu pinus (*case and table fixture*), dan anyaman rotan sebagai penutup *case fixture*nya. Perpaduan beberapa jenis material ini bertujuan secara fungsional dan pencapaian tema. Display secara visual mempunyai ciri lokalitas dan mampu menjadi atraksi visual yang menarik sehingga tercipta pengalaman ruang yang menarik bagi pengunjung pasar. Skema material dan bahan display adalah sebagai berikut,

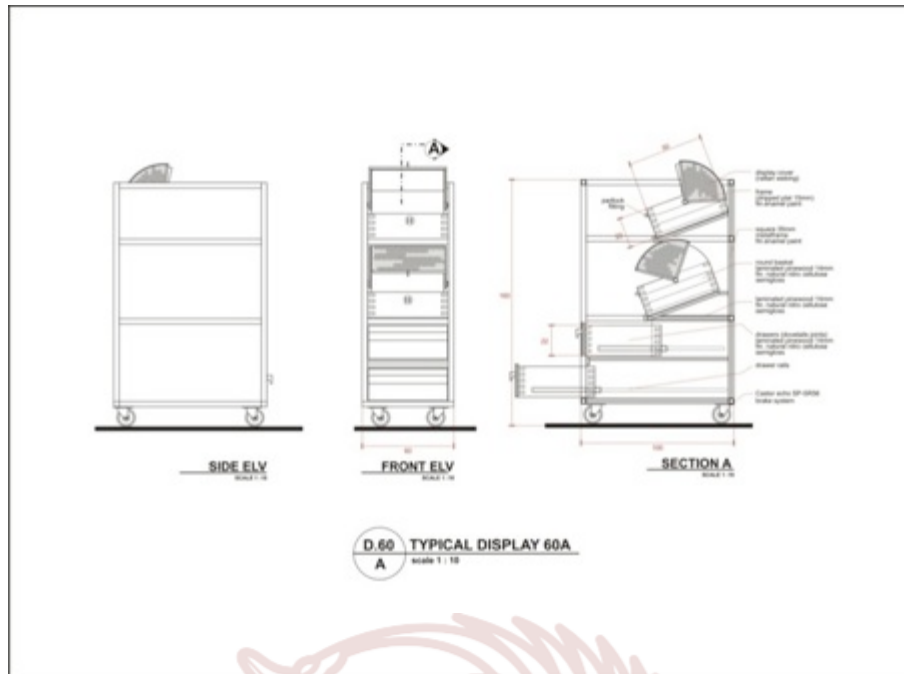


Gambar 44. Skema Bahan dan Warna Display
Penggabungan material rotan, besi, kayu pinus,
Tembaga dan *Castor Wheel*

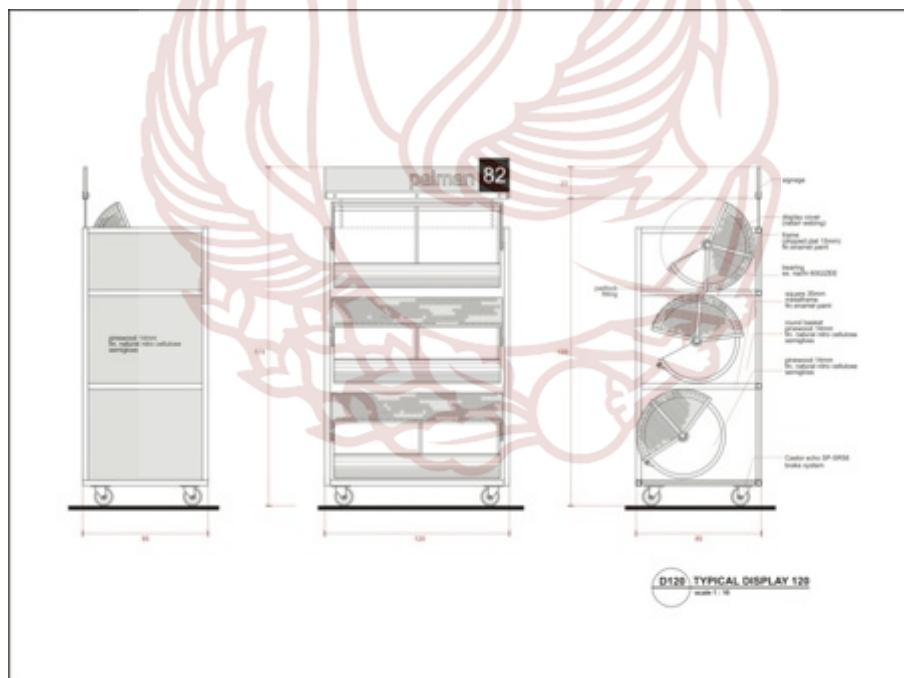
Secara keseluruhan display modular pada area penjualan adalah sebagai berikut,



Gambar 45. Display Penjualan Tipe A (120 x 100 x160 cm)



Gambar 46. Display Penjualan Tipe B (60 x 100 x160 cm)

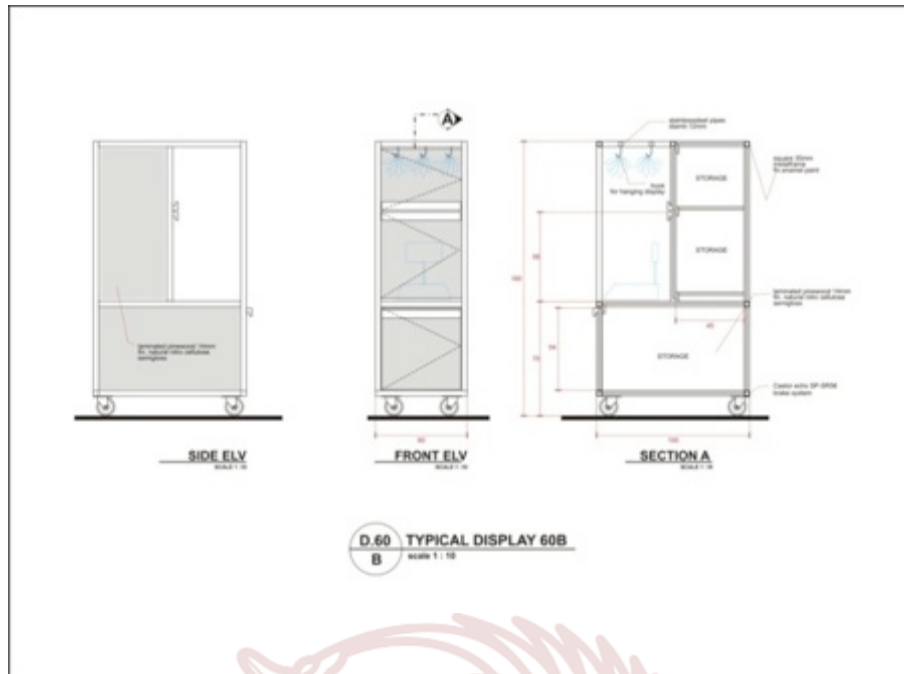


Gambar 47. Display Penjualan Tipe C (120 x 85 x160 cm)

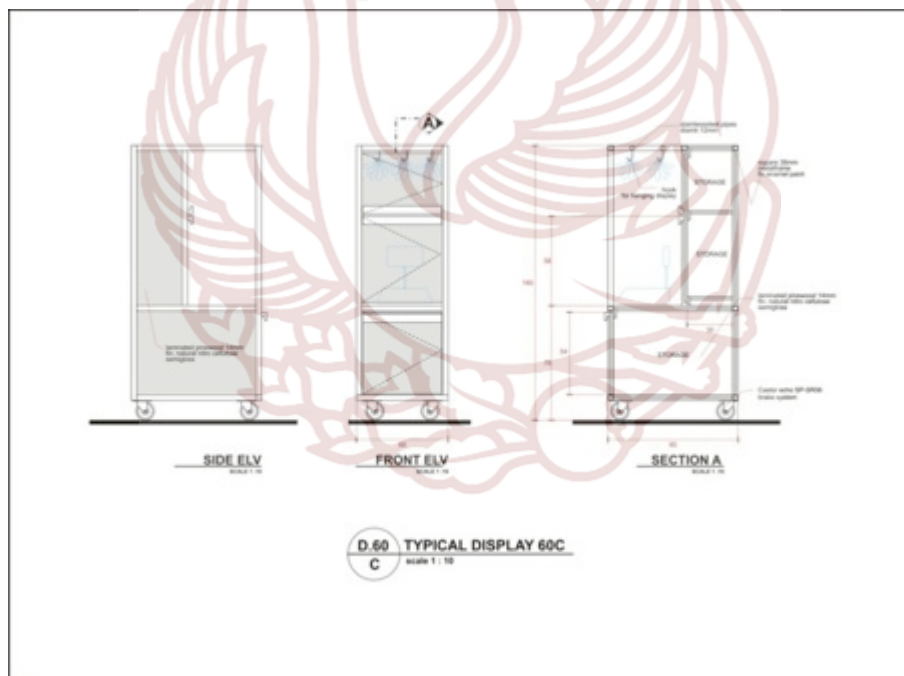


Gambar 48. Display Penjualan Tipe D (60 x 85 x160 cm)

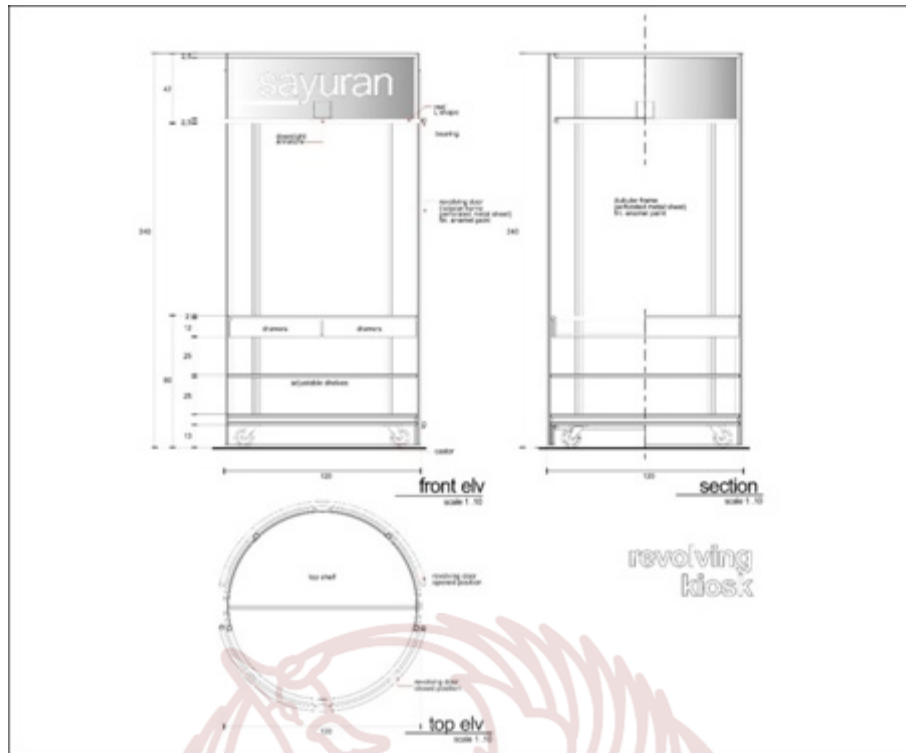
Display tipe A,B,C dan D dapat dikombinasikan sesuai dengan kebutuhan luasan kios. Masing-masing mempunyai penutup yang terbuat dari anyaman rotan. Tutup tersebut dilengkapi dengan kunci, sehingga ketika kios tutup, pedagang dapat menutup dan mengunci tutup tersebut sebagai antisipasi keamanan terhadap barang dagangan. Tutup dengan material rotan dapat memberikan sirkulasi udara yang cukup sehingga produk buah tidak mudah busuk, menghindari dari serangga, dan tidak merubah warna maupun bau pada produk buah. Finishing kayu dan rotan menggunakan pelapisan cat natural waterbased, sehingga aman dan tidak mengakibatkan racun pada produk buah. Finishing rangka besi menggunakan cat enamel warna hitam. Desain display yang mengakomodasi fungsi sebagai tempat timbangan, tempat penyimpanan sekaligus display gantung adalah sebagai berikut,



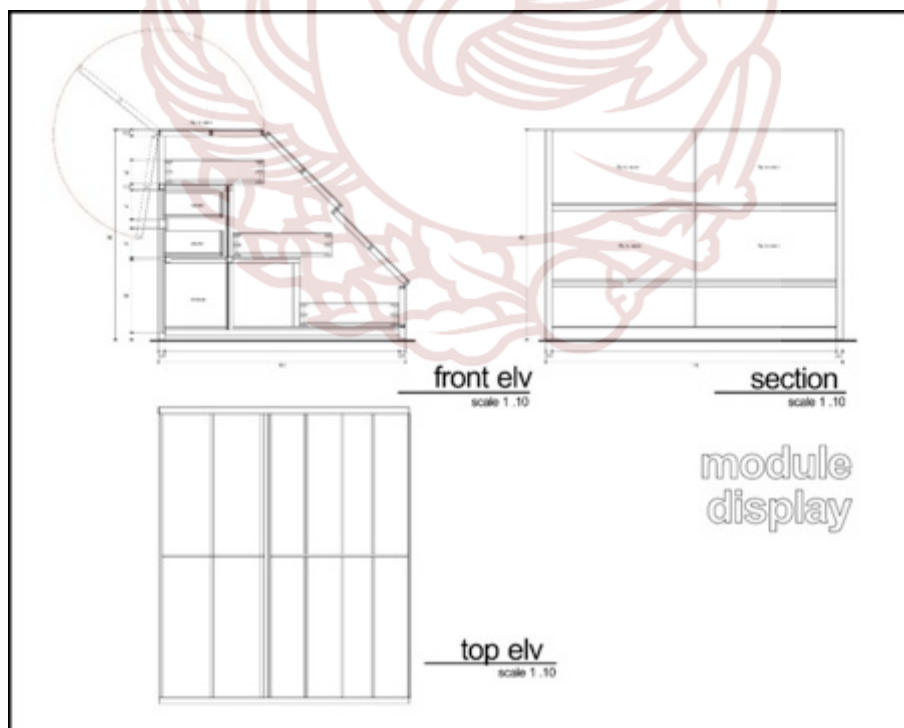
Gambar 49. Display Penjualan Tipe E (60 x 100 x180 cm)



Gambar 50. Display Penjualan Tipe F (60 x 85 x180 cm)



Gambar 51. Display Revolver Kiosk
(120 x 120 x 240cm)



Gambar 52. Display Penjualan Umum
(120 x 100 x 85cm)

B. Konsep Desain Interior Pasar Gedhe Hardjonagoro sebagai Destinasi Pariwisata yang merepresentasikan Rumah Budaya di Kota Solo

Pasar Gedhe Hardjonagoro sebagai tempat transaksi jual beli hasil bumi dan kebutuhan pokok, berdiri sejak pemerintahan Paku Buwono X, terdiri dari dua bangunan di sisi barat dan timur. Pasar Gedhe telah mengalami renovasi dan revitalisasi. Pemerintah Kota Surakarta telah merevitalisasi Pasar Gedhe sisi barat tahun 2015. Upaya revitalisasi tersebut sebagai wujud keberpihakan pemerintah kota terhadap masyarakat. Program rehabilitasi atau renovasi pasar tradisional, khususnya Pasar Gedhe sisi barat (pasar buah) di Surakarta hanya menyentuh infrastruktur bangunan. Ruang dalam sebagai tempat aktivitas bertemunya pedagang dan pembeli tidak menjadi bagian dari program rehabilitasi. Desain interior tidak menjadi perhatian, khususnya tata *display* atau teknik pajang produk. Program rehabilitasi hanya menyediakan tempat untuk pedagang agar dapat berjualan, dengan membagi area pedagang sebanyak berapa pedagang yang harus tertampung di dalam pasar.

Peraturan Menteri Perdagangan RI No: 70/M-DAG/PER/12/2013 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern pada bab V tentang Pengelolaan Pasar tradisional pasal 19 ayat 1 bagian c termuat, pengelola pasar tradisional memiliki peran antara lain dapat berupa melaksanakan pembinaan, pendampingan, dan pengawasan kepada para pedagang. Pada pasal 19 ayat (2), kegiatan pembinaan, pendampingan dan pengawasan kepada para pedagang sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf c, dilakukan melalui (a) peningkatan pelayanan pada konsumen baik mengenai kualitas barang, kebersihan, takaran, kemasan, penyajian/ penataan barang maupun dalam pemanfaatan fasilitas ruang, (b) peningkatan kompetensi pedagang melalui pendidikan, pelatihan dan penyuluhan. Peraturan Menteri tersebut mewajibkan pengelola pasar untuk melibatkan para pedagang dalam tata kelola pasar melalui pembinaan dan pendampingan dalam rangka peningkatan kompetensi mereka. Upaya peningkatan pelayanan kepada konsumen di antaranya melalui penyajian/penataan barang atau tata display. Strategi tata display merupakan upaya produsen untuk mengelompokkan produk sesuai dengan jenisnya serta menyesuaikan harga dengan produknya. Strategi penataan display multak diperlukan agar konsumen memperoleh kesan bahwa barang yang tersedia selalu baru, baik dan menarik untuk dibeli oleh konsumen. Hal ini akan mempermudah proses selanjutnya bagi konsumen sebagai alat promosi dengan memberikan informasi pada orang-orang di sekitarnya.

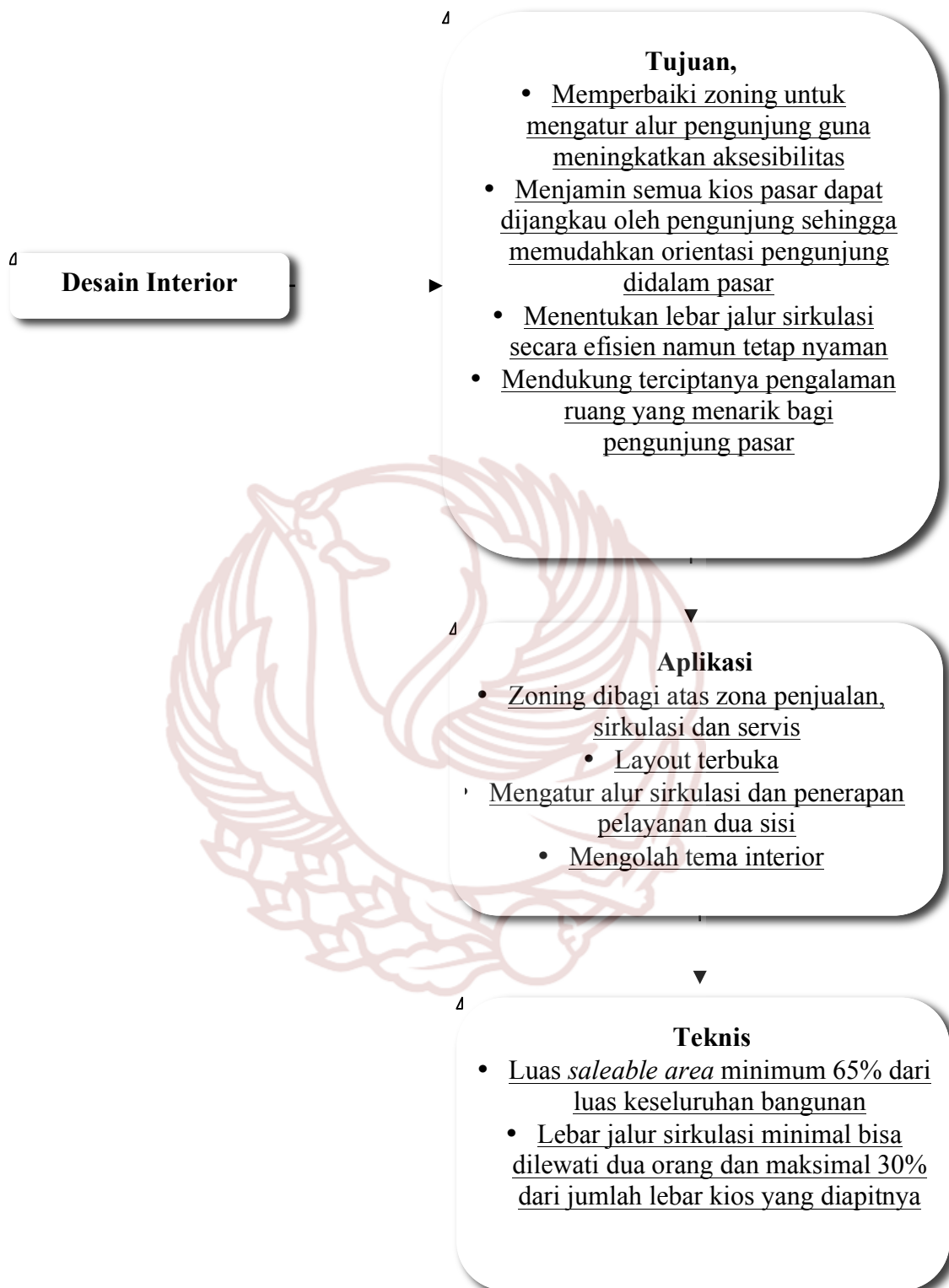
Peran Pasar Gedhe tidak hanya sebagai tempat transaksi antara pedagang dan pembeli, namun juga sebagai destinasi pariwisata kota, sehingga kebutuhan tata kelola pasar khususnya tata *display* produk sangat penting untuk menarik para konsumen sekaligus wisatawan. Tata display yang baik dan menarik membawa dampak positif terhadap peningkatan penjualan, pendapatan pedagang, dan PAD Pemerintah Kota Surakarta. Berdasarkan kebutuhan tersebut maka penelitian ini sangat penting untuk dilakukan, ketika program rehabilitasi belum menyentuh tata *display* dan peningkatan kompetensi pedagang melalui pendampingan dan pelatihan.

Konsep revitalisasi desain interior Pasar Gede Hardjonagoro di Surakarta, bertujuan untuk memetakan kembali kebutuhan pola desain interior bagi pedagang maupun pengunjung/calon pembeli serta memberikan tawaran alternatif desain yang fungsional dan menarik sehingga berdampak pada peningkatan ratio penjualan. Untuk mencapai tujuan tersebut maka ide perancangan mengacu pada aspek fungsional, efektif dan efisien yang secara estetis mengadopsi beberapa elemen arsitektural Pasar Gede Hardjonagoro sebagai pendekatan tematiknya. Tujuan pengadopsian beberapa elemen arsitektur tersebut adalah untuk memperkuat dialog antara luar dan dalam bangunan, memproyeksikan *sense of place* Pasar Gede sebagai rumah budaya masyarakat Surakarta yang plural dan dinamis.

1. Site Plan

Pasar Gede Hardjonagoro merupakan bangunan cagar budaya yang ditetapkan dengan Surat Keputusan (SK) Walikota Nomor 646101-F/I/2012. Pasar Gede Hardjonagoro terletak di Jalan Urip Sumoharjo, Kelurahan Sudiroprajan, Kecamatan Jebres Surakarta.

2. Konsep Dasar Desain



Desain Display

Tujuan,

- Menentukan desain display yang fungsional, efisien dan efektif
- Menentukan tipe dan dimensi display sesuai dengan keluasaan kios secara efisien dan ergonomis
- Mendukung terciptanya pengalaman berbelanja yang menarik bagi pengunjung pasar

Aplikasi

- Desain display secara fungsional dapat mendukung aktifitas perdagangan, mudah dalam perawatan, kuat, awet, aman dan bentuk display mencirikan lokalitas.
- Sistem display dirancang agar komoditi dapat menjadi atraksi visual yang menarik.
- Sistem display diarahkan pada rancangan dengan sistem terbuka sehingga menciptakan suasana interaksi sosiokultural bagi pelaku aktifitas didalamnya

Teknis

- Penggunaan material lokal
- Craftmanship lokal
- Display dengan sistem modular

3. Hasil Desain dan Pembahasan Desain

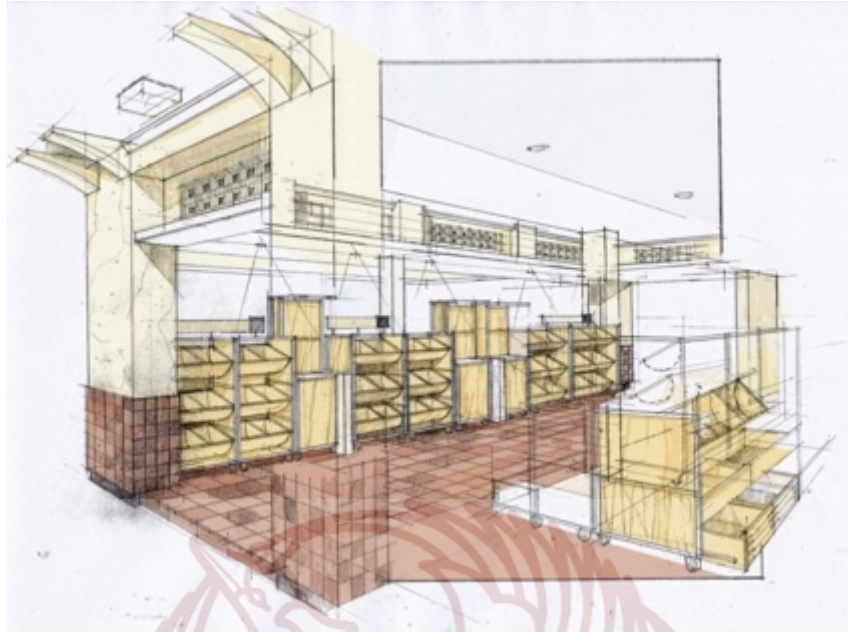
a. Interior Area Penjualan



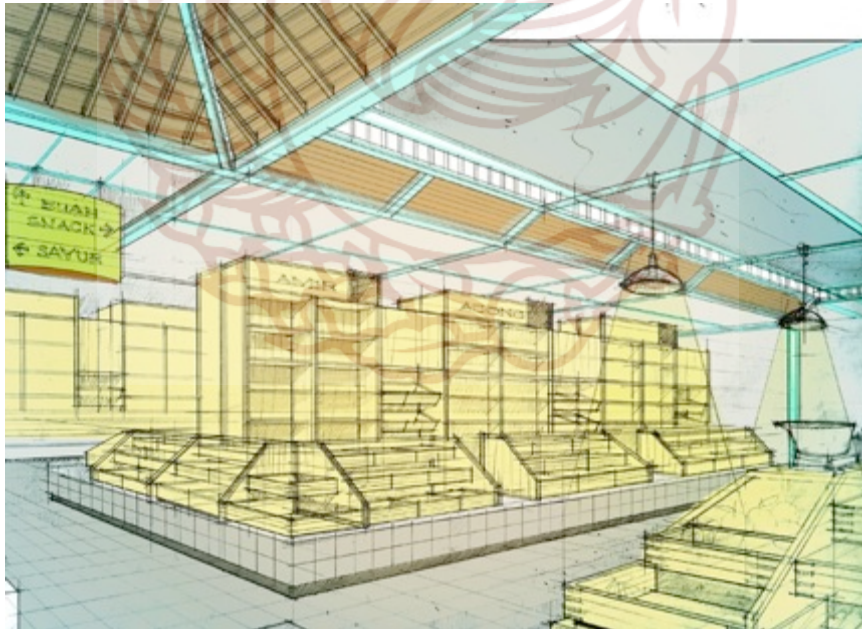
Gambar 53.. Perspektif Area Penjualan
Pasar Gedhe sisi Barat

Layout kios dengan sistem terbuka memudahkan orientasi pengunjung didalam pasar, sehingga kios-kios mendapatkan aksesibilitas visual yang memadai dari pengunjung. Pengunjung dengan mudah menjangkau kios-kios, sehingga setiap kios mempunyai kemungkinan ratio yang sama dalam penjualan. Layout dengan sistem terbuka juga mengoptimalkan jumlah proporsi luas ruang yang dapat dijual (*saleable area*). Zoning dan alur sirkulasi dapat dirancang dengan mempertimbangkan pengalaman ruang dan suasana yang menarik bagi pengunjung dengan menyediakan simpul-simpul sirkulasi pada jalur yang panjang. Jalur sirkulasi dioptimalkan dengan penerapan sistem *double loaded* (pelayanan dalam dua sisi). Ruang pasar secara psikologis tampak luas dan memberikan tata kondisional ruangan menjadi lebih baik. Penghawaan alami didistribusikan secara merata melalui roster-roster diatas kios dan pencahayaan dari lampu-lampu listrik tidak lagi terhalang oleh dinding kios. Pencahayaan melalui armatur *downlight* memberikan penyebaran cahaya yang merata dan tidak menyilaukan mata. Penambahan tingkat iluminasi pada

setiap kios disamping mempertegas lokasi display juga memberikan efek cahaya yang baik bagi produk buah.



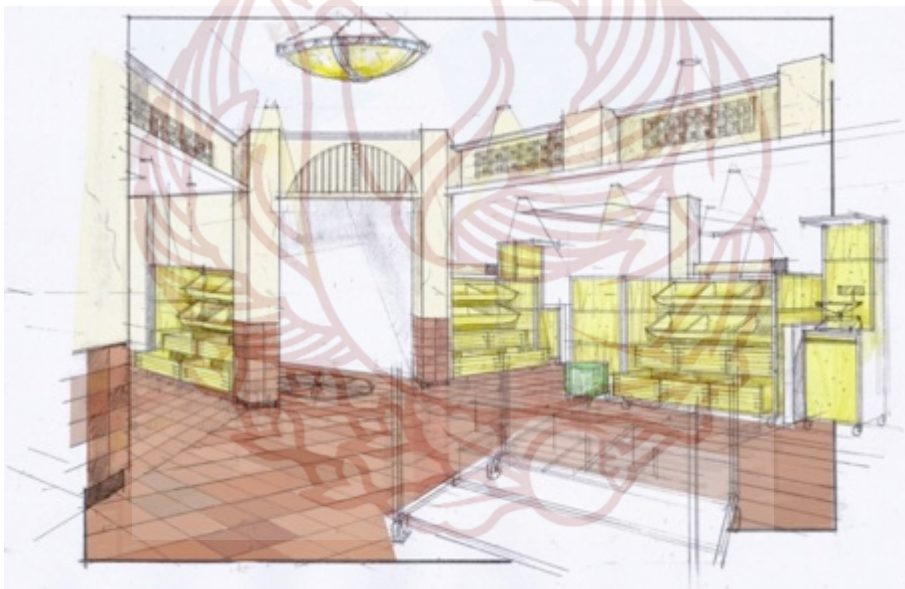
Gambar 54 Perspektif Area Penjualan
Pasar Gedhe sisi Barat



Gambar 55. Perspektif Area Penjualan
Pasar Gedhe sisi Timur Lantai Dasar

Pintu masuk dan hierarki sirkulasi harus dirancang agar semua area pasar mudah dijangkau. Display komoditas inti ditempatkan pada area tertentu agar dapat menarik pengunjung untuk menghidupkan zone komoditas lainnya. Rancangan dengan sistem terbuka menciptakan suasana interaksi sosiokultural.

Ruang sosial terlihat dengan adanya ruang untuk berinteraksi sosial antara pengunjung, pedagang, dan pelaku lainnya. Sistem display terkait erat dengan sistem pelayanan dalam penjualan, karakteristik sistem pelayanan pada pasar tradisional adalah *self selection* atau pengunjung memilih sendiri barang yang akan dibeli dengan interaksi yang sangat dekat secara langsung dengan pedagang untuk tawar menawar. Kebutuhan ruang interaksi sosial seperti ini yang membedakan pasar tradisional dengan ruang pasar modern. Aktivitas memilih, menimbang berat, menanyakan harga, dan menawar harga adalah bentuk pelayanan secara personal yang memerlukan pendekatan desain display secara khusus. Misi perancangan pasar tradisional secara umum adalah menyediakan ruang-ruang yang nyaman, aksesibel, dan mewadahi interaksi sosial untuk aktivitas ekonomi dan sosial. Pasar menjadi tempat pedagang dalam mengembangkan diri.



Gambar 56. Perspektif Area Penjualan
Pasar Gedhe sisi Barat



Gambar 57. Perspektif Area Penjualan
Pasar Gedhe sisi Timur Lantai Atas

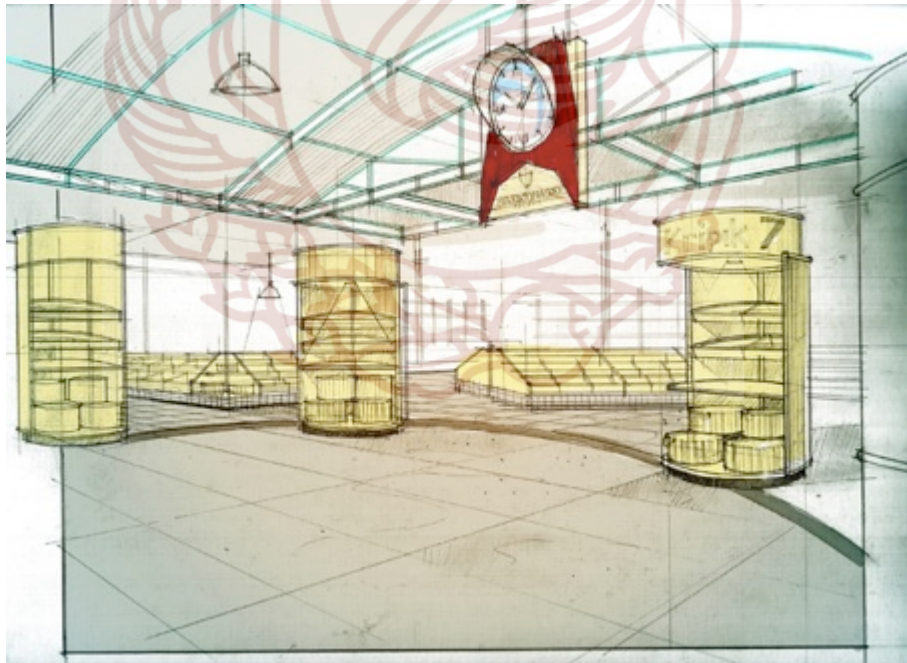
Gaya atau tema interior dihadirkan dengan mengolah unsur pembentuk ruang, tata letak ruang, pengisi ruang, unsur dekoratif dan lain-lain. Pendekatan tema atau gaya pada penelitian ini memanfaatkan filosofi bentuk arsitektural Pasar Gedhe Hardjonagoro sisi barat dalam gubahan interiornya. Tujuan pendekatan tema ini adalah untuk mendukung terciptanya pengalaman ruang yang menarik bagi pengunjung pasar sehingga mampu memproyeksikan citra budaya Surakarta. Bentuk arsitektur yang berisi akulturasi budaya dalam kurun waktu sejarah akan diartikulasikan kedalam bentuk elemen-elemen interior. Beberapa bentuk elemen arsitektur Pasar Gede akan diaplikasikan kembali kedalam beberapa unsur pembentuk ruang. Tujuan pengadopsian beberapa elemen arsitektur tersebut adalah untuk memperkuat dialog antara luar dan dalam bangunan, memproyeksikan *sense of place* Pasar Gede dan citra budaya masyarakat Surakarta yang plural dan dinamis.

Pengadopsian bentuk *arc* (lengkung) yang menyatukan kolom di antara jalur sirkulasi, detail *cantilever*, *roster*, *walldaddo* pada kolom dengan penebalan lapisan *terazzo* membawa atmosfer luar kedalam interior. Pelaku aktifitas dibawa untuk merasakan suasana lokalitas yang khas yang merupakan cermin dari perjalanan sejarah Pasar Gedhe. Dinding menggunakan cat warna light cream tidak hanya memberikan psikologis ruang yang nampak luas tapi

juga secara fungsional lebih menonjolkan produk buah. Pola lantai ini diaplikasikan dengan tujuan untuk mempermudah pekerjaan pada pertemuan arah pasangan dari berbagai arah mengingat posisi existing bangunan pada sisi Timur dan Barat miring 16 derajat. Pertemuan sudut antara 90 derajat dan 16 derajat inilah yang akan menimbulkan masalah dari sisi teknis pemasangan. Pola lantai menggunakan teknik cor ditempat dengan bahan terazzo dengan motif batik kawung. Selain berfungsi sebagai *stopper* pasangan lantai motif ini difungsikan sebagai penanda atau petunjuk area.

b. Desain Display Penjualan

Sistem display mengacu pada desain display yang fungsional, efisien dan efektif. Desain display secara fungsional dapat mendukung aktifitas perdagangan, mudah dalam perawatan, kuat, awet, aman dan bentuk display mencirikan lokalitas. Sistem display juga mampu mendukung terciptanya pengalaman ruang yang menarik bagi pengunjung pasar.



Gambar 58. Perspektif Area Hall Pasar Timur dengan menempatkan display *revolver kiosk* sebagai *focal point*

Material display menggunakan perpaduan besi (rangka utama), kayu pinus (*case and table fixture*), dan anyaman rotan sebagai penutup *case fixture*nya. Perpaduan beberapa jenis material ini bertujuan secara fungsional

dan pencapaian tema. Display secara visual mempunyai ciri lokalitas dan mampu menjadi atraksi visual yang menarik sehingga tercipta pengalaman ruang yang menarik bagi pengunjung pasar. Skema material dan bahan display adalah sebagai berikut,



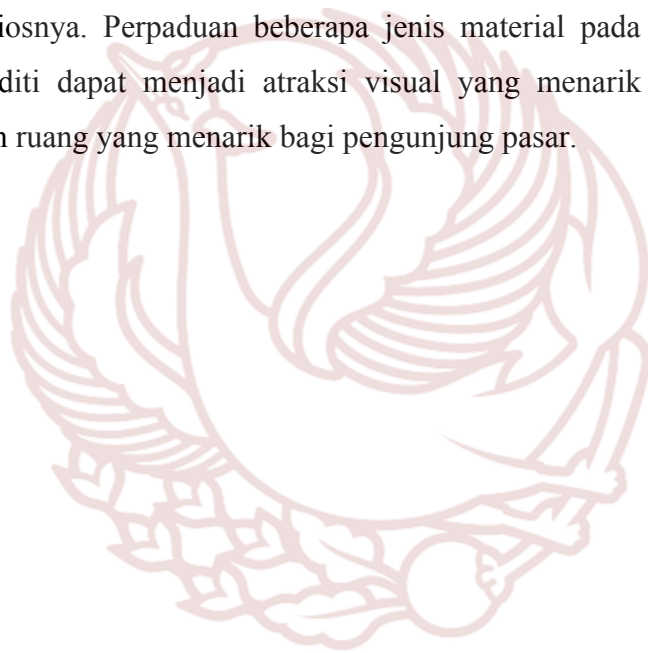
Gambar 59. Display Penjualan



Gambar 60. Display Penjualan

Aspek fungsional sistem display dapat dicapai berdasarkan identifikasi jenis produk, perlakuan produk, kapasitas produk, dan sistem pelayanan. Sistem display yang tepat adalah jenis *Case Fixture*. *Case Fixture* adalah rak terbuka sebagai wadah produk dan dianjurkan pada sistem ini dapat dirangkai dalam beberapa komposisi tertentu sesuai dengan kebutuhan. *Case Fixture* dirancang

dengan sistem modular, sehingga mampu diaplikasikan kedalam beberapa tipe kios dengan luasan yang bervariasi. Material yang digunakan pada sistem display adalah besi, kayu dan rotan. Dasar Pemikiran penggunaan material besi adalah karena tingkat fleksibilitas dan kekerasan yang tinggi. Besi digunakan sebagai rangka utama pembentuk display dengan menggunakan finishing cat jenis enamel. Bahan kayu yang digunakan adalah kayu pinus dengan finishing natural water based. *Case Fixture* dibuat membulat dengan tujuan untuk mereduksi terjadinya sudut yang dapat mengakibatkan memicu kerusakan pada buah-buahan yang dijual. Teknik konstruksi pada kayu menggunakan sambungan jenis *dove tail*, sehingga case fixture terbebas dari penggunaan paku. Material rotan digunakan sebagai penutup *case fixture* apabila pedagang menutup kiosnya. Perpaduan beberapa jenis material pada display bertujuan agar komoditi dapat menjadi atraksi visual yang menarik sehingga tercipta pengalaman ruang yang menarik bagi pengunjung pasar.



BAB V

KESIMPULAN

Misi perancangan pasar tradisional secara umum adalah menyediakan ruang-ruang yang nyaman, aksesibel, dan mewadahi interaksi sosial untuk aktivitas ekonomi dan sosial. Pasar menjadi tempat komunitas (pedagang) dalam mengembangkan diri. Keberhasilan perancangan pasar tradisional juga bisa berkontribusi bagi penguatan karakter lokal dari komunitas tersebut, untuk kemudian menjadi identitas kota. Kenyamanan ditandai dengan pasar yang terlihat bersih, tertata, lapang, tidak pengap dan sumpek, serta terang. Aksesibilitas ditandai dengan mudah dijangkaunya kios-kios oleh pengunjung. Ruang sosial terlihat dengan adanya ruang untuk berinteraksi sosial antara pengunjung, pedagang, dan pelaku lainnya. Salah satu tujuan desain interior adalah memperkaya nilai estetika dan meningkatkan aspek psikologis dari ruang interior. Tolak ukur perancangan desain interior adalah mewujudkan gubahan ruang untuk manusia, untuk kepentingan tersebut dari sisi manusia sebagai pengguna desain. Dengan demikian desain interior bukan lagi sebuah karya yang hanya bisa dinikmati karena kemegahan atau keindahannya saja, tetapi yang lebih penting adalah mampu menjadi solusi bagi masalah-masalah lingkungan binaan secara utuh.

DAFTAR PUSTAKA

Ahmad Natahamijaya, *Manajemen Penerangan Etalase dan Ruang Toko* , Bandung: Kamar Dagang dan Industri, 1975

David Mund, *Shops: A Manual Planning and Design* , New York: F.W. Dogde Corporation, 1981

Francis D.K. Ching, Corky Binggeli, *Desain Interior dengan Ilustrasi* , Jakarta: Indeks, 2011

Franz Sates Mayer, *Handbooks of Ornament* , New York: Prentice Hall New Jersey, 1998

H.B.Sutopo, *Metodologi Penelitian Kualitatif, Dasar Teori dan Penerapannya dalam Penelitian* (Surakarta: Universitas Sebelas Maret, 2006

Huberman, A. Michael dan Mathew B. Miles, *Analisis Data Kualitatif*, Jakarta: UI, 2003

John F. Pile, *Interior Design*, New York: Prentice Hall, 1998

Joseph de Chiara and Hancock Callender , *Time Saver Standard for Building Types* , New York: Mc.Graw Hill , 1980

Julius Panero and Martin Zelnik, *Human Dimension and Interior System*, New York: Whitney Library of Design, 1980

Lv. Ratna Devi, Model Pelayanan Prima (Strategi Ketahanan Pasar Tradisional), Seminar Perencanaan Pasar Tradisional Menghadapi Tekanan Hypermarket di Perkotaan, Fakultas Teknik UNS, 2006.

M. Chatib Basri, dkk, *Rumah Ekonomi Rumah Budaya: Membaca Kebijakan Perdagangan Indonesia*, Jakarta: PT. Pustaka Utama Gramedia, 2012

Palmer, Mickey, *The Architect's Guide to Facility Programming*, New York: The American Institute of Architects Washington, D.C. and Architectural Records Book, 1981

Pamudji Suptandar, *Interior Design I & II* , Jakarta: Fakultas Teknik Universitas Trisakti, 1980

R.M. Soedarsono, *Metodologi Penelitian Seni Pertunjukan dan Seni Rupa* (Bandung: Masyarakat Seni Pertunjukan Indonesia, 2001

Sunarmi, Ahmad Fajar Ariyanto, *Buku Ajar Matakuliah Desain Interior Public* , Surakarta: UNS Press, 2012, Edisi 1

United Nations Human Settlements Programme (UN Habitat), *City Vision Profile: Solo, Jawa Tengah* , Jakarta: UN Habitat, 2011

Widagdo, *Desain dan Kebudayaan* , Bandung: Penerbit ITB, 2005

Website

www.surakarta.go.id, diakses 23 Februari 2016 pukul 07.25 WIB
http://simpasarsurakarta.diginetmedia.co.id/v2/profil/visi_misi, diakses 15 Maret 2016 pukul 22.40 WIB
<http://simpasarsurakarta.diginetmedia.co.id/v2/sambutan/index>, diakses 15 Maret 2016 pukul 22.35 WIB.
www.pu.go.id, diakses tanggal 17 Maret 2016 pukul 06.30 WIB.
<http://www.ar.itb.ac.id/pa/wp-content/uploads/2007/11/201212geniuslocipasar.pdf>, diakses tanggal 20 Pebruari 2016, pukul 06.20 WIB.
<http://www.ar.itb.ac.id/pa/wp-content/uploads/2007/11/201212geniuslocipasar.pdf>, diakses tanggal 20 Pebruari 2016, pukul 06.20 WIB.
<http://www.ar.itb.ac.id/pa/wp-content/uploads/2007/11/201212geniuslocipasar.pdf>, diakses tanggal 20 Pebruari 2016, pukul 06.20 WIB.

Electronic Theses and Dissertations Universitas Gadjamada,
www.etd.repository.ugm.ac.id, diakses tanggal 25 April 2016 pukul 05.15 WIB

Jurnal Ilmiah Gema Teknik, Nomor 2/Tahun X Juli 2007, hlm. 111-118.
http://simpasarsurakarta.diginetmedia.co.id/v2/profil/visi_misi, diakses 15 Maret 2016 pukul 22.40 WIB

<http://simpasarsurakarta.diginetmedia.co.id/v2/sambutan/index>, diakses 15 Maret 2016 pukul 22.35 WIB.

Surat Kabar Online

Tribun News, 39 Pasar Tradisional di Solo Overload, 17 Februari 2014, diakses 29 Maret 2016 Pukul 03.55 WIB.

Surat Kabar

Solopos, edisi 20 Mei 2015.

Wawancara

Wawancara dengan Sudharmono SU, dalam acara Archipelago Trails, 20 Agustus 2007